

Treball de fi de grau

Títol

**CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ
SOBRE LA POBRESA A GIRONA**

Autor/a

Carmina Torrent Crosa

Tutor/a

Gabriel Martínez Surinyac

Grau

Publicitat i Relacions Públiques

Data

30/05/2014

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau: Campanya de sensibilització sobre la pobresa a Girona

Autor/a: Carmina Torrent Crosa

Tutor/a: Gabriel Martínez Surinyac

Any: 2014

Titulació: Grau en Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català: sensibilització, pobresa, Girona, campanya, Càritas Girona

Castellà: sensibilización, pobreza, Gerona, campaña, Càritas Girona

Anglès: sensitization, poverty, Girona, campaign, Càritas Girona

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: Realització d'una campanya de sensibilització sobre la pobresa a Girona a mans de Càritas Girona per tal de que la població gironina i catalana tingui un coneixement més profund de la realitat aconseguint la màxima transparència possible. És una denúncia als drets que les persones en situació de pobresa extrema tenen i molts cops no són valorats a la vegada que són tractats com a invisibles. Per portar-ho a terme es realitzarà un documental que intercalarà situacions de pobresa extrema amb la de membres de la societat que opinaran sobre la labor de l'entitat i la importància d'aquest tema social.

Castellà: Realización de una campaña de sensibilización sobre la pobreza en Girona a manos de Càritas Girona para que la población gerundense y catalana tenga un conocimiento más profundo de la realidad consiguiendo la máxima transparencia posible. Es una denuncia a los derechos que las personas en situación de pobreza extrema tienen y muchas veces no son valorados a la vez que son tratados como invisibles. Para llevarlo a cabo se realizará un documental que intercalará situaciones de pobreza extrema con la de miembros de la sociedad que opinarán sobre la labor de la entidad y la importancia de este tema social.

Anglès: Launching a campaign focused on sensitization in extreme poverty in the area of Girona through Càritas Girona so that the local society, especially from Girona, has a deeper knowledge about reality, achieving the highest possible level of transparency. It is a denunciation concerning the rights that people in such a situation have but several times are not recognized to them and they are considered and treated as if they were invisible. To reach the main goal, a documentary will be recorded. This documentary will intercalary different situations of extreme poverty with opinions given by different members of our society on the work that Càritas is doing and the importance of this social issue.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

Carmina Torrent Crosa

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

RESUM

Càritas Girona és una organització caritativa i humanitària. El seu objectiu és el d'atendre a les persones immerses en processos de pobresa, marginació i exclusió social. A **nivell comunicatiu** cerca l'obtenció d'un coneixement profund de la realitat, denunciar les circumstàncies que provoquen situacions de pobresa i marginació social, i transmetre la màxima transparència possible.

LA CIUTAT DELS INVISIBLES

Realització d'una campanya de sensibilització sobre la pobresa a Girona per lluitar pels drets que aquest invisibles de la societat tenen. Es vol conscienciar a la població de l'existència de la pobresa i de l'ajuda que realment es necessita per tirar endavant. Els protagonistes són les persones que viuen en pobresa extrema – amb o sense sostre- les quals s'ignoren com si es tractessin d'invisibles.

METODOLOGIA

Realització d'**entrevistes** –tant a pobres de Girona com a membres de la societat que poden aportar la seva pròpia visió sobre la pobresa- que es mesclaran amb la història d'un fals indigent creat amb un **maniquí** per escenificar com aquests viuen i les diverses situacions que es creen degut a haver-hi un captaire al carrer.

La base de la producció és el **documental**, on s'hi desenvoluparan les entrevistes realitzades a les diverses persones mencionades conjuntament amb l'aparició del paper del maniquí. A aquest se li adjuntarà un **teaser** que serà l'encarregat de fer possible una viralització de l'acció. Hi apareixerà les situacions que es porten a terme quan hi ha un indigent al carrer. Per últim es realitzarà un **making of** on emergirà com s'ha realitzat l'escenificació del maniquí i de les diverses escenes en el carrer.

CONCLUSIONS

El calor humà dels protagonistes del documental supera qualsevol desavantatge per falta de professionals. Les seves històries fan que el documental sigui una peça humana i commovedora, sense ells aquest no hauria sigut ni una quarta part del que finalment s'ha convertit.

PROJECTE TREBALL FI DE GRAU

“CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ SOBRE LA POBRESA A GIRONA”



La ciutat dels invisibles

AGÈNCIA: WALLY'S AGENCY

CLIENT: CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA

REALITZAT PER: CARMINA TORRENT CROSA

TUTORITZAT PER: GABRIEL MARTÍNEZ SURINYAC

ANY: 2013-2014

CLIENT: CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA

AGÈNCIA: WALLY'S AGENCY

CAMPANYA: 2013-2014

SUMARI

PREÀMBUL	6
Memòria d'intencions al TFG (motivacions)	7
El passat: els inicis	7
El present.....	8
El futur	9
Pròleg de Marina de Quintana, consellera de Càritas Diocesana de Girona	10
1. BRIEFING	12
1.1 El client	13
L'organització.....	13
Objecte de ser	13
Altruisme	13
Finançament	14
El món segons Càritas Diocesana de Girona	14
1.2 Brief de comunicació	16
1.3 El problema	23
Taxa de pobresa a Catalunya	23
Risc de pobresa a Girona	24
El voluntariat a Espanya	24
1.4 Identificació de l'objecte	26
1.5 Objectius i acció de campanya	27
Generals	27
Comunicatius	27
2. CAMPANYA DE COMUNICACIÓ	29
2.1 Estructura del concepte creatiu: la ciutat dels invisibles	30
La ciutat dels invisibles	30
Concepte	30
Protagonistes	30

Metodologia.....	30
Formats de l'acció: documental, teaser i making of	31
Format d'enregistrament	31
Distribució	31
Aportacions	31
Guió	31
2.2 Concepte	32
La ciutat dels invisibles.....	33
2.3 Protagonistes.....	35
2.4 Metodologia.....	37
2.5 Formats de l'acció: documental, teaser i making of.....	38
Documental.....	38
Teaser	38
Making of.....	39
2.6 Format d'enregistrament	40
2.7 Distribució	41
2.8 Aportacions	43
Què pot aportar el projecte a la societat	43
2.9 Guió.....	44
Tema o idea	44
Sinopsis/argument	44
3. ORGANITZACIÓ DEL A PRODUCCIÓ.....	45
3.1 Escaleta	46
3.2 Guió literari	48
Documental.....	48
Teaser	53
Making of.....	55
3.3 Guió tècnic.....	57
Documental.....	57
Teaser	64
Making of.....	67

3.4 Concepció de la realització	74
Tipologia de càmera	74
Color de la imatge	74
Tipus d'angulació	74
Ritme	74
4. PLANIFICACIÓ DE LA PRODUCCIÓ	76
4.1 Equip de producció	77
4.2 Pla de rodatge	78
Localitzacions	78
Decorats	79
Vestuari	79
Atrezzo	80
Necessitats tècniques	80
Transports	80
4.3 Pla de treball	81
4.4 Pressupost	85
5. CONCLUSIONS	86
5.1 Conclusions	87
4.4 Agraïments	89
7. BIBLIOGRAFIA	90
ANNEX	

PREÀMBUL

MEMÒRIA D'INTENCIONS AL TFG (MOTIVACIONS)

EL PASSAT: ELS INICIS

Tot va començar un dilluns d'octubre. El cap de setmana ja havia acabat i tocava marxar de l'Empordà per tornar a Barcelona. El meu transport era, com sempre, el meu padastre, que em portava de Torroella a Sant Cugat on estava fent les pràctiques d'empresa.

Les pràctiques les realitzava a Cugat.Cat, molt a prop del monestir de Sant Cugat. Tot i que començava a les 9h, a dos quarts ja hi era, pel que vaig decidir assentar-me a un banc dins del recinte del Monestir per fer temps.

Em vaig posar a escoltar la música que durant el cap de setmana m'havia descarregat al mòbil, a mirar les fotos que hi tenia, contestar uns missatges, etc.

Al aixecar la mirada vaig veure a un home indigent. El vaig reconèixer perquè l'havia vist pidolant en un dels carrers de vianants entre la parada de ferrocarrils i el monestir dies abans. S'estava cordant les sabates i endreçava una manta a la seva maleta. Portava un gos que no es movia en cap moment del seu costat. Aquell home havia dormit allà, al costat del monestir, o com a mínim era la impressió que donava.

Portava un mòbil a la mà, aquell tipus de mòbil que els joves d'avui en dia considerem un "tronco-mòbil", els que només serveixen per trucar i per enviar missatges de text.

De sobte es va aixecar del banc en el que estava i es va apropar a mi, a poc a poc i molt pendent del seu mòbil. La meva reacció en aquell moment va ser "què vol?". Em va entrar una mitja por en el cos, m'imaginava que no passaria res, però mai es sap. Es va quedar a dos metres de mi, i em va preguntar si sabia quina hora era. Les 8.43h, li vaig contestar. "8.43h", va dir-se a ell mateix mentre configurava la hora del seu mòbil.

I va tornar al seu banc, on havia deixat la seva maleta.

Em vaig sentir fatal. Aquell home només volia saber l'hora, perquè no tenia rellotge de mà i sinó no podia saber ni a quina hora vivia. I en canvi, jo m'havia preocupat pel que podia passar.

Em vaig començar a replantejar quina era la seva situació, per quin motiu havia acabat com a pidolant, drogues? Alcohol? Feina? Després de donar-hi moltes

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

voltes, només vaig poder arribar a una conclusió: “sigui quina sigui la seva història, mai la podré saber.”

Durant els propers dies vaig estar pensant-hi molt amb el que m'havia succeït. Necessitava indagar més sobre el tema i descobrir què s'amagava darrera d'aquella gent. Persones humanes que havien abandonat les seves llars per construir-ne de noves, però aquest cop sense un sostre fixe on aixoplugar-se.

Uns dies més tard va arribar a mi un vídeo de **Pachi Tamer**, un publicista argentí que havia realitzat unes conferències a TED¹. Aquest apareixia a l'escenari vestit d'indigent explicant com les sabates que estrenava les hi havia donat un home que es deia Catalino que vivia a l'estació Cabo Norte (Rosario): *“Me compré zapatos nuevos, y se los quería enseñar a todos. Se los compré a este señor. Este señor se llama Catalino y vive acá en la estación Cabo Norte, hace ya 20 años. Y se los compré para la charla, porque para mi es una ocasión muy especial y quería estrenar zapatos.”*

Pachi Tamer, durant la conferència anava explicant la història de la seva vida, com des d'estudiar publicitat a Buenos Aires acabar passant per Londres, Estats Units, Colòmbia, Espanya, etc., per apropiarse als “invisibles” del carrer –els indigents- i transmetre la seva aventura per les diverses ciutats a través d'*Instagram*.

La seva història em va captivar tant que em van donar encara més ganes de continuar indagant sobre aquesta part de la societat que tothom sap que existeix però que a vegades no ens volem adonar que realment hi són. Gràcies aquest dos aspectes, tot i que aquí hi podríem afegir més de dos i tres situacions que m'han fet adonar de la importància d'aquest tema, he arribat on estic ara, amb les forces de tirar endavant aquest projecte i, a la vegada, **repte personal en el que m'he sotmès**.

EL PRESENT

Aquest projecte és una **aproximació al món real** que ens trobem molt a prop nostre. Amb ell es vol intentar arribar a totes aquelles persones gironines o no les quals dia a dia interactuen passiva o activament amb aquesta **pobresa** tant propera i a la vegada tant difícil de veure. I no és que sigui difícil pel fet de que no es trobi a cada carrer de la majoria de ciutats, sinó perquè les nostres ments fan

¹ Es pot veure una transcripció realitzada per Carmina Torrent de la conferència als annexos.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

veure que no hi és, l'ignoren –o fan veure que l'ignoren- convertint, aquests indigents en invisibles.

De la mà de **Càritas Diocesana de Girona** aquest projecte és molt engrescador al considerar-se Càritas una organització amb molt de renom en l'àmbit català i espanyol. Per desgràcia és un moment molt difícil per la població al existir un alt nivell no només d'atur sinó del risc de caure en ell. Per això és un època molt important per fer adonar a la població dels problemes que hi ha fora als carrers, de la importància que tenen organitzacions com Càritas, que gràcies a elles moltes persones poden seguir endavant i continuar lluitant –encara que sigui en situacions miserables-.

EL FUTUR

És clar que aquest projecte no eradicarà la pobresa gironina, espanyola, europea o mundial però el que si que vol intentar aconseguir és aportar un granet de sorra, per disminuir que sigui, en contra de la pobresa per tal de conscienciar l'ajuda que organitzacions com Càritas, Arrels Fundació, Creu Roja, entre moltes altres, realitzen a diari sense demanar res a canvi.

Però, en el món que vivim –un món materialista i obsessionat per mesurar i pesar tot el que es diu i es fa, en què tot el que es realitza té un bé econòmic al darrera- no podem esperar que es radicalitzi la pobresa, ja que en cap i a la fi, no deixa de ser un negoci que governs i institucions porten a terme i tristament hi guanyen diners. Tal i com deia Einstein: “no tot el que pot ser explicat compte, i no tot el que compte pot ser explicat”. Esperem, però, que un dia aquesta realitat pugui canviar i que el món, per un cop deixi de ser un **indret injust i devastador**.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

PRÒLEG DE MARINA DE QUINTANA CONSELLERA DE CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA

Si alguna cosa té de positiu la crisi és que ens consciencia de la necessitat que hi ha i la pobresa del nostre entorn. Ens ha obert les possibilitats d'ajuda, de pensar que som necessaris i d'actuar en conseqüència.

Estem aprenent, molts per força a aprofitar, a re-utilitzar, en definitiva a no llençar arbitràriament com havíem fet no gaire temps enrere.



Antonio Cañada i Marina de Quintana

Que els que donem dels que ens sobre qui sap què ens pensem que fem, quan hi ha molta gent que està donant del poc que té. Fa poc una persona m'explicava que amb les necessitats que tenia, el que havia arribat a patir, que no podia pagar la hipoteca, la llum, etc., periòdicament quan pot enviar cent euros a la seva germana perquè ho necessita més que ella. Per aquesta noia donar cent euros és donar una quarta part dels seus ingressos. I en canvi, nosaltres donar una quarta part dels nostres ingressos... ni pensament! Ni plantejar-nos-ho.

Aquest treball, que s'emmarcaria dins d'aquest procés de conscienciació, té la sinceritat de qui l'ha fet. És d'admirar que una persona jove, a la que no li ha faltat mai res pensi en les persones que l'envolten i que els hi falta de tot. A la Carmina li sobre qualitat humana i es palpa en el seu treball. Per a ella no són invisibles, ans el

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014**CARMINA TORRENT**

contrari, i els fa visibles pels demés. Busca la nostra complicitat per ajudar a qui més de necessitar ajuda no sap com ni a com demanar-la.

Per això és molt bo que hi hagin persones com la Carmina que facin feines encaminades a acabar de col·laborar. El boca a boca és molt important però si a més hi ha una persona que fa un treball sobre això i que a més es pot aplicar i es pot aprofitar doncs encara ens ajuda més.

1. BRIEFING

1.1 EL CLIENT

L'ORGANITZACIÓ

Càritas Diocesana de Girona és l'entitat gironina que forma part de Caritas Internationalis, una organització caritativa i humanitària –considerada l'organització finançada més gran del món- que pertany a l'Església Catòlica. Càritas Diocesana de Girona està formada per totes les Càritas del Bisbat de Girona, amb personalitat jurídica pròpia. Té com a objectiu **promoure, coordinar, harmonitzar i realitzar l'acció social** de diòcesi, a la llum de l'Evangelí i de la Doctrina Social de l'Església.

OBJECTE DE SER

Càritas lluita per **combatre la pobresa, l'exclusió, la intolerància i la discriminació**. Habilita a les persones amb menys recursos a participar en els assumptes que afecten directament a les seves vides. A més, ajuden a les persones amb risc d'exclusió social, donant-los allotjament temporal, aliment i oferint serveis bàsics de salut. Càritas Diocesana de Girona treballa en els **sectors socials més desfavorits** buscant generar processos que contribueixin al desenvolupament i promoció de la persona i també a la promoció de la justícia social.

ALTRUISME

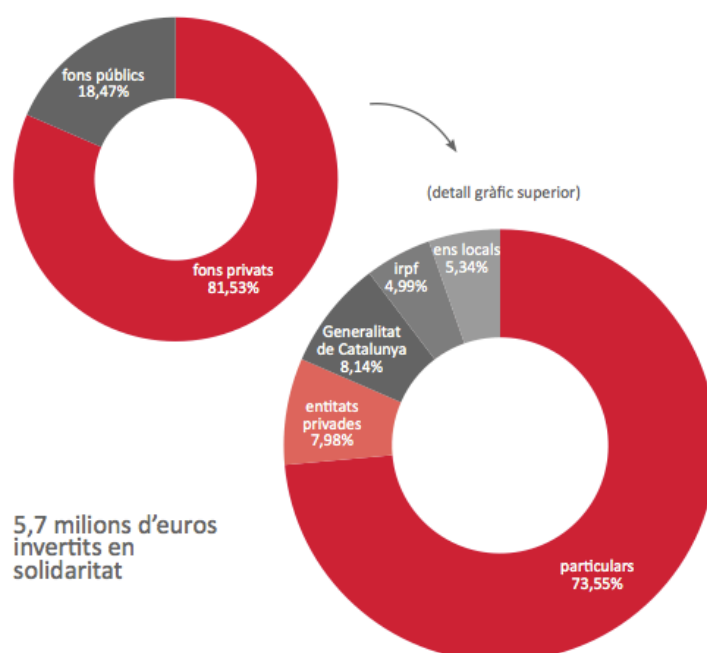
11 tècnics/es i 12 voluntaris/es en els serveis d'acollida i promoció, 61 voluntaris en els punts d'acollida, 3 tècnics/es i 3 voluntaris/es en els grups d'autoestima i creixement personal, 352 voluntaris en el servei de Rober, 247 voluntaris/es i 3 tècnics en el servei d'aliments, 123 voluntaris en el centre de distribució d'aliments, entre molts altres. Els nombres parlen per sí sols, sense aquests voluntaris Càritas Diocesana de Girona no podria portar a terme la tant important tasca que està realitzant pel territori gironí. I és que tots ells no reben res a canvi – parlant en temes materials- de la seva valuosa tasca realitzada². El total de voluntaris presents a Càritas Diocesana de Girona és de **1642 voluntaris/es a la diòcesi de Girona**, dels quals 373 són nous voluntaris incorporats³.

² Memòria anual 2012. Girona: Càritas Diocesana de Girona, 2013.

³ Memòria anual 2012. Girona: Càritas Diocesana de Girona, 2013.

FINANÇAMENT

El seu finançament és sobretot de **caràcter privat**. Càritas Diocesana de Girona divideix els seus fons privats en: socis i donants (1.593⁴), campanyes (128), llegats (64), entitats privades (457), empreses amb cor (93), aportacions dels usuaris (49), aportacions en espècies (1.325), empresa inserció (947), desenvolupament i cooperació internacional (15). Disposa de 3 fons públics; generalitat (466), Ens locals (306), Irpf (286). Compte amb uns ingressos mitjans de 5.729.



Font: Càritas Diocesana de Girona

EL MÓN SEGONS CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA

Càritas Diocesana de Girona veu la societat com una civilització **d'amor i de justícia** on cada ésser humà pot prosperar i viure dignament i en pau com a membres de la família humana. Per això, vol ser una entitat capaç de:

- **Adaptar l'acció als reptes socials** de cada moment, acompanyant eficaçment les persones ateses i donant respostes adequades que garanteixin el desenvolupament integral i la promoció de les persones i l'exercici dels seus drets.

⁴ Unitat indicada en milers d'euros.

- **Denunciar les causes que generen**, o poden generar, pobresa i exclusió i treballar per la seva eradicació.
- Instar **l'Administració** que assumeixi les seves **responsabilitats** i posi la persona com a centre de la seva actuació.
- Ser **transmissors de valors** a la comunitat parroquial i a la societat en general, implicant-les en la construcció d'un món més just i solidari i teixint xarxes solidàries amb particulars, empreses, entitats i institucions.
- Garantir una **independència econòmica** que els permeti una llibertat d'acció.
- **Acompanyar** totes les persones que formem part de l'entitat i promoure la participació a tots nivells, compartint la il·lusió que entre tots ho fan possible. Realitzar la tasca amb fermesa, eficàcia i total transparència.

Els valors de Càritas com l'amor, la dignitat de la persona, la justícia social, solidaritat, participació, austeritat, innovació i qualitat, i transparència fa que aquesta entitat encara sigui més gran. I no de nombre de participants, sinó de cor.

1.2 BRIEF DE COMUNICACIÓ⁵

<p>Marca</p> <p>CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA</p>	<p>Data</p> <p>20/01/2013</p>
<p>Tipologia de marca</p> <p>Fundació</p>	<p>Estratègies publicitàries</p> <p>Estratègia extensiva i de fidelització</p> <p>Estratègia de sensibilització</p>
<p>Descripció breu de la empresa</p> <p>Càritas és una entitat de l'Església catòlica que té com a objectiu promoure, orientar i coordinar l'acció social i caritativa de la diòcesi, i la finalitat d'ajudar a la promoció humana i al desenvolupament integral de les persones, sensibilitzar la societat i promocionar la justícia social.</p>	
<p>Descripció breu del servei i presentacions</p> <p>Càritas és una entitat sense ànim de lucre amb un finançament de caràcter privat. Està formada per voluntariat i professionals, i acompanya els sectors socials més desfavorits, caminant amb la triple missió de denunciar, anunciar i transformar. A través dels diferents punts d'atenció, acull, escolta, orienta i acompanya les persones que s'adrecen amb una demanda d'ajuda. L'atenció no es centra només en l'assistència immediata sinó que cerca la promoció de la persona a partir de la seva participació activa, del reconeixement dels seus recursos i les seves potencialitats. Els punts de servei (49) es localitzen a 49 punts distribuïts arreu del Gironès⁶.</p> <p>Les noves formes de pobresa i la globalització de moltes d'aquestes manifestacions de pobresa i fenòmens socials, fa que Càritas Diocesana de Girona disposi d'un marc d'actuació comú que permet renovar amb eficàcia el seu compromís amb els pobres, marginats i exclosos del temps actual. Per fer-ho possible, la intervenció es centra en diferents àmbits de treball: acollida i assistència, àmbit laboral, economia solidaria, educació i lleure, i immigració. Els seus projectes d'acció social es divideixen en l'adaptació a les necessitats socials, el coneixement de les necessitats, l'enfoc multidimensional i transversal, la dimensió comunitària, l'enfoc proactiu, el paper de suplència, la cooperació institucional, la justícia social, la denúncia activa de situacions d'injustícia, i la participació i formació de voluntariat.</p>	

⁵ Briefing estructurat i realitzat amb el vist i plau de Càritas Diocesana de Girona segons informacions facilitades per la pròpia empresa.

⁶ Memòria anual 2012. Girona: Càritas Diocesana de Girona, 2013. Material ampliat als annexos.

<div>Necessitats principals</div> <div>Incrementar la sensibilització cap a la fundació, millorar la reputació i guanyar notorietat en el territori gironí.</div>			
<div>Objectiu Principal</div> <div>Fer costat i atendre a les persones immerses en processos de pobresa, marginació i exclusió social.</div>	<div>Objectius específics</div> <div><ul style="list-style-type: none">- Cercar la cooperació de la comunitat i de les institucions.- Procurar pal·liar les situacions de pobresa més extremes.- Acollir al màxim nombre de gent possible dins les possibilitats de Càritas.- Treballar per la reinserció social a partir d'un enfoc global i comunitari amb una acció proactiva, preventiva i de promoció de les persones.- Concretar l'acció amb fermesa i eficàcia.</div> <div>Objectius de comunicació</div> <div><ul style="list-style-type: none">- Tenir un coneixement profund de la realitat.- Denunciar amb valentia les circumstàncies que provoquen les situacions de pobresa, marginació o exclusió amb la finalitat última de cercar el màxim grau de justícia social.- Transmetre transparència.</div>		
<div>DESCRIPCIÓ DE CLIENTS POTENCIALS</div>			
<div>NSE</div> <div>ABC1 (Alta-Mitja alta), C2 (Mitja-Mitja)</div>	<div>Edat</div> <div>De 25 a 45 anys.</div>	<div>Gèneres</div> <div>Ambdós sexes.</div>	<div>Personalitat/Estilo de vida</div> <div>Persones casades o que viuen en parella, amb fills i amb estudis universitaris. Són persones joves de cos i ànima, amb vitalitat i força. Amb ganes d'ajudar als demés i sentir-se valorats.</div> <div>Són persones compromeses amb la societat. Els seus hobbies es centren en viatjar, gaudir dels amics i sobretot de la família y ser solidaris.</div>
<div>Quins són els detonadors para a què es consumeix el seu servei?</div> <div>El sorgiment del consum del servei Càritas Diocesana de Girona ve donat a la necessitat ciutadana de complaure l'anhel d'ajudar, és a dir,</div>		<div>Quines són les barreres per a què es consumeixi el seu servei?</div> <div>La principal barrera és la falta de confiança cap a on van destinats els diners o la ajuda, necessiten més</div>	

satisfacció personal i orgull de pertinença. Un segon detonador és la justícia (volen canviar el món, satisfer els seus principis morals/ètics i valors). El tercer detonador és la solidaritat i consciència .		transparència. Un dels elements preocupants actualment és la crisi econòmica, ja que molts han vist afectats els seus ingressos.
Qui són els teus competidor? Fundacions i ONG's amb seu i activitat a Girona. Els competidors directes: <ul style="list-style-type: none"> - Creu Roja Els competidors indirectes (aquells que donen servei a la societat però no concretament a la pobresa Gironina): <ul style="list-style-type: none"> - Associació Benestar i Desenvolupament - Fundació Per la Pau - Mans Unides ONG - Fundació Vicente Ferrer - SOS Racisme-Catalunya 	Avantatges que perceps d'ells Es necessita la màxima col·laboració d'entitats sense ànim de lucre per ajudar a totes aquelles persones que ho necessiten. Creu Roja dona una gran ajuda a la població catalana gràcies al gran nombre de voluntaris. La resta de fundacions i ONG que conforma els competidors indirectes ajuden a la col·laboració ciutadana gironina i catalana cap al desenvolupament social.	Desavantatges que perceps d'ells Poca transparència de les fundacions i les ONG que causen una falta de confiança cap a la societat.
Quines són les seves expectatives de posició i creixement de l'empresa i del servei? Càritas Diocesana de Girona veu la societat com una civilització d'amor i de justícia on cada ésser humà pot prosperar i viure dignament i en pau com a membres de la família humana. Per això, vol ser una entitat capaç de: <ul style="list-style-type: none"> - Adaptar l'acció als reptes socials de cada moment, acompanyant eficaçment les persones ateses i donant respostes adequades que garanteixin el desenvolupament integral i la promoció de les persones i l'exercici dels seus drets. - Denunciar les causes que generen, o poden generar, pobresa i exclusió i treballar per la seva eradicació. - Instar l'Administració que assumeixi les seves responsabilitats i posi la persona com a centre de la seva actuació. - Ser transmissors de valors a la comunitat parroquial i a la societat en general, implicant-les en la construcció d'un món més just i solidari i teixint xarxes solidàries amb particulars, empreses, entitats i institucions. 		

<ul style="list-style-type: none"> - Garantir una independència econòmica que els permeti una llibertat d'acció. - Acompanyar totes les persones que formem part de l'entitat i promoure la participació a tots nivells, compartint la il·lusió que entre tots es fa possible. Realitzar la tasca amb fermesa, eficàcia i total transparència. 	
<p>Insights de la marca (Què pensa o sent el consumidor del seu servei)</p> <p>Els consumidors són solidaris de mena, i necessiten satisfer el seu anhel d'ajuda cap a la societat que els envolta per aconseguir que els desfavorits més propers a ells puguin rebre ajudes.</p>	<p>Drivers de la marca (Què fa que el client consumeixi o no el seu servei)</p> <p>Fundació compromesa amb la societat, amb ganes d'ajudar als que ens envolten i sempre al servei dels propis ciutadans de Girona.</p>
<p>Quina estratègia publicitària estan realitzant actualment? O quina va ser la seva última estratègia realitzada?</p> <p>L'última edició de la campanya "Viu senzillament perquè altres, senzillament, puguin viure" que en aquest tercer any parla d'Esperança, en mig d'un temps en què l'escepticisme, la crisi i la desolació segueix apropiant-se de milers de persones i famílies.</p> <p>Des de la seva experiència diària, la seva acció, denuncia i compromís amb les persones més vulnerables de la societat, anuncia la necessitat d'obrir camins a l'esperança com un horitzó obert al canvi que té la seva arrel en el cor i en el comportament de cada persona.</p> <p>Es tracta d'una invitació a viure amb realisme i mirada d'esperança, a construir zones alliberades per fer possible la vida, la comunitat, els drets i la justícia.</p> <p>(http://www.gironasoft.net/caritas/biblioteca/items/2101/GUIA%20DE%20CAMPANYA%20-%20CONSTRUINT%20ESPAIS%20DESPERANSA.pdf)</p>	
<p>Benefici ÚNIC a comunicar</p> <p>Càritas Diocesana de Girona acull les persones que es troben en situació o risc de pobresa i exclusió social, especialment les més vulnerables, acompanyant-les en el seu procés de promoció i desenvolupament integral, analitzant i incidint en les causes de la pobresa i treballant per la justícia social.</p>	<p>El suport del meu benefici</p> <p>Càritas Interparroquial de Girona agrupa i coordina l'acció social que es realitza a la ciutat de Girona a través de les següents parròquies i entitats religioses: Germans Sàbat i Domeny, Mare de Déu del Carme, Mercadal, Palau-Sacosta, Pares Claretians, Pares Dominics, Pont Major, Sant Daniel, Sant Feliu, Sant Josep, Sant Narcís, Sant Pau, Sant Salvador, Santa Eugènia, Vila-roja i Vista Alegre.</p> <p>Per tal d'ajudar a les persones que es troben</p>

	<p>en risc de pobres i exclusió social, Càritas Diocesana de Girona realitza diverses tasques com: acollida, rober, tallers d'Acollida Lingüística i Cultural (TALC), tallers de costura, acompanyament a Gent Gran: programa Ser, Gran en Dignitat, "Apadrinar un Avi", Projecte "Fem dissabte Avi", Servei d'Intervenció Educativa (SIE), Servei d'Orientació Laboral (SOL), Noves Estratègies d'Inserció (NEI), Pisos d'Acolliment Temporal per a la Inclusió (PATI), Servei d'Assessorament de Deutes Familiars, Centre de Distribució d'Aliments: conjuntament amb l'Ajuntament de Girona, Creu Roja i Banc d'Aliments; voluntariat i sensibilització.</p>
<p>Personalitat de la marca</p> <p>Càritas Diocesana de Girona, formada per totes les Càritas del Bisbat de Girona, és una entitat de l'Església catòlica, amb personalitat jurídica pròpia, que té com a objectiu promoure, coordinar, harmonitzar i realitzar l'acció social de la diòcesi, a la llum de l'Evangelí i de la Doctrina Social de l'Església.</p>	<p>Valors de la marca</p> <p>L'amor és el fonament de la seva identitat i servei, font inspiradora dels seus valors.</p> <p>Dignitat de la persona: La persona és el centre de l'acció de Càritas Diocesana de Girona. Reconeixen les seves capacitats i impulsen les seves potencialitats afavorint, amb accions de promoció, la seva integració social i desenvolupament integral.</p> <p>Justícia Social: Treballen per la justícia i la transformació de les estructures injustes, des d'una actitud activa, compromesa i no bel·ligerant, com a exigència del reconeixement a la dignitat de la persona i els seus drets.</p> <p>Solidaritat: Es senten units als qui pateixen, per la seva convicció d'igualtat i justícia. Promouen l'interès per l'altre, especialment per les persones més necessitades, amb la finalitat de produir canvis significatius i la transformació social.</p> <p>Participació: Càritas Diocesana de Girona està obert a totes les persones que comparteixen els seus ideals i promouen la</p>

	<p>participació a tots nivells, afavorint la implicació de totes les persones que formen part de l'entitat, generant complicitats i sinèrgies a nivell extern i promovent un treball social comunitari.</p> <p>Austeritat: Optimitzen els seus recursos des d'una utilització ètica i coherent.</p> <p>Innovació i qualitat: Desenvolupen la seva activitat buscant la millora contínua per preveure i adequar-se a la realitat de cada moment, sempre en benefici de la persona, la comunitat i la societat en conjunt.</p> <p>Transparència: Comparteixen una cultura institucional basada en l'ètica i en l'obertura de la informació cap a totes les persones interessades en la seva tasca.</p>
<p>Finançament</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aportacions de particulars i empreses - Iniciatives d'economia solidària - Subvencions i ajuts públics <p>Es procura un cert equilibri entre recursos propis i subvencions, perquè hi ha una voluntat de no dependència excessiva de fons públics, per així conservar en tot moment el poder de decisió sobre on cal actuar.</p> <p>Els recursos propis provenen dels donatius particulars i desinteressats de la comunitat cristiana i de la societat civil (col·lectes a les parròquies, quotes dels socis, donatius de col·laboradors...), donatius i ajuts d'empreses, caixes d'estalvi, etc.</p> <p>Les iniciatives d'economia solidària provenen d'experiències empresarials diverses i introdueixen un component social en les dinàmiques de mercat (unitat industrial de muntatge en cadena de bicicletes, servei de neteja industrial i domiciliària, rober-botiga de</p>	<p>Pressupost contemplat per l'estratègia</p> <p>Segons els ingressos obtinguts l'any anterior, 128.000€ provenen de les Campanyes realitzades.</p> <p>Per la campanya a realitzar es destinarà 11.000€ amb l'esperança de recaptar més d'un 220% de les despeses inicials.</p>

<p>roba de segona mà). Algunes d'aquestes experiències tenen com a objectiu la inserció laboral dels seus participants. Les subvencions i ajuts públics provenen d'una diversitat de fonts: Ajuntaments, Consells Comarcals, Diputacions, Generalitat de Catalunya, Ministeri de Treball i Afers Socials i la Unió Europea.</p>	
---	--

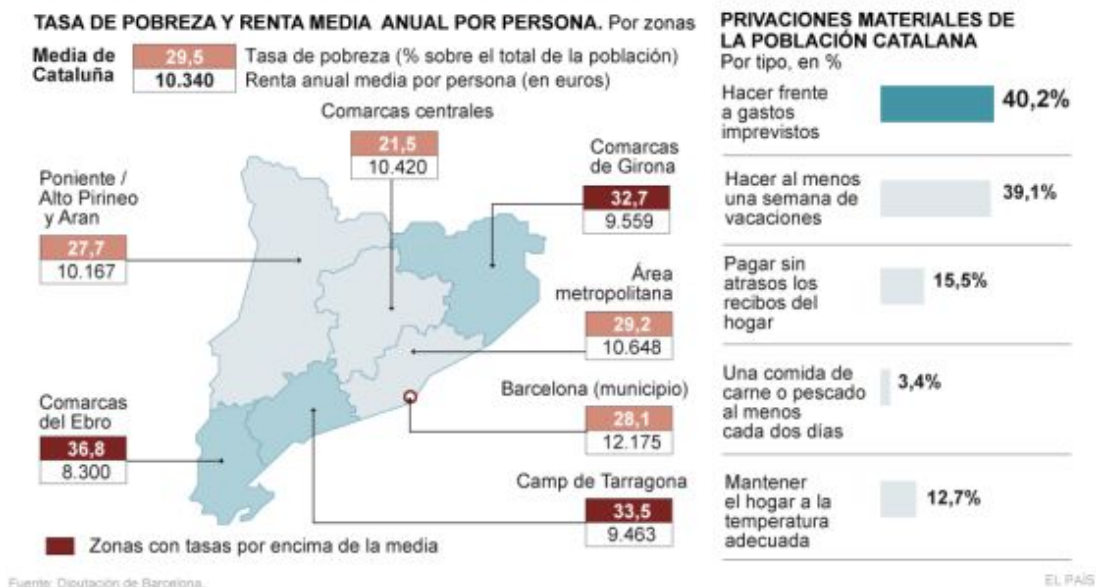
1.3 EL PROBLEMA

La taxa de pobresa a la província de Girona –de la mateixa manera que en al resta de territoris catalans- és molt elevada. La falta de comunicació de Càritas Diocesana de Girona de la rellevància que aquest nombre –que cada vegada creix més- té fa que els ciutadans estiguin molt desinformatats i que no s'adonin –o no es vulguin adonar- que existeix, i que per molt que es giri el cap no desapareixerà.

TAXA DE POBRESA A CATALUNYA

- El **29,5% dels catalans són pobres**, entre que la mitjana de la UE és del 21,6%.
- La nova pobresa desplaça a la franja de majors de 65 anys com la més castigada.
- El 39% dels catalans no pot anar de vacances ni una setmana a l'any.

CONDICIONES DE VIDA Y HÁBITOS DE LA POBLACIÓN



Font: Diputació de Barcelona

El **lindar de pobresa a Catalunya -29,5%-** és pitjor que la mitjana espanyola, on la taxa de pobresa és del 26,7% i molt pitjor que l'europea, que es situa al 21,6%. Un dels factors fonamentals és l'atur que hi ha a la comunitat catalana. Les persones de més de 65 anys han deixat de ser la principal taxa castigada per la

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

pobresa (18% de risc d'exclusió), i això ve donat a causa de que fills i néts estan en una situació tant dolenta que tot i les deplorables pensions, els superen en ingressos.

En el mapa es pot observar **les desigualtats territorials presents a Catalunya**. La renda anual disponible en les llars catalanes és de 27.226€, en les comarques de l'Ebre no arriba als 22.000€, a Lleida i el Pirineu no arriba als 25.000€ i en les comarques de Girona és de 25.276€. Per altra banda, a Barcelona la xifra és de 29.665€. Tot i els ingressos, a les comarques de Girona i Barcelona existeixen borses de pobresa molt més concentrada que a la resta de comarques⁷.

RISC DE POBRESA A GIRONA

La taxa de risc a la pobresa segons relació amb l'activitat de la població de més de 16 anys és –en l'any 2011- d'un **20,91%** en el cas de la població ocupats i d'un 38,79% en la població desocupada⁸. En el cas dels jubilats o en altres situacions d'inactivitat la taxa de risc a la pobresa és d'un 35,56%.

EL VOLUNTARIAT A ESPANYA

Col·laborar en un refugi d'animals abandonats, instruir a persones grans sobre com navegar per internet, anar de vacances amb grups de discapacitat, recollir aliments pels menys afavorits. A Espanya més de **4 milions de persones** dediquen el seu temps a **projectes solidaris**, de forma altruista, sense rebre cap retribució a canvi. No es un treball, són voluntaris. La seva dedicació suposa entre el 3% i el 4% del PIB⁹. Aquests formen part d'associacions, fundacions i organitzacions –del tipus religioses o laiques- com Càritas o Creu Roja, Fundació Arrels, Economistes sense fronteres, etc.

⁷ EL PAÍS. *Cataluña: la tasa de pobreza en Cataluña supera en ocho puntos la media europea*. [en línia].

http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/10/10/catalunya/1349866090_351512.html

[Consulta: 07-03-2014]

⁸ IDESCAT. *Condicions de vida i hàbits de la població*. Barcelona: Dossier Idescat, 2011. <http://www.idescat.cat/territ/BasicTerr?TC=6&V0=5&V1=17&MN=1&V3=6868&PARENT=25&CTX=B#FROM>

⁹ MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD. Informe 2012 [en línia]. <https://www.msssi.gob.es/> [Consulta: 07-03-2014]

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Espanya es un dels països de la Unió Europea on hi ha **menys voluntaris**. El 15%¹⁰ dels espanyols realitza alguna activitat de voluntariat, tot i així hi ha una distància considerable al 24% de mitjana de la Unió europea.

¹⁰ EL PAÍS. *Muchas caras para el altruismo*. [en línia]. http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/03/24/actualidad/1332610832_611443.html [Consulta: 07-03-2014]. Extracto del Eurobarómetro Especial Pobreza y Exclusión Social, 2009 (321/ EB72.1)

1.4 IDENTIFICACIÓ DE L'OBJECTE

Un cop avaluat com està la situació de pobresa tant al Gironès com a Catalunya i Espanya respecte Europa, i el brief atorgat per Càritas Diocesana de Girona, es pot avaluar quin és el **problema comunicatiu de l'organització**.

Càritas té un **triple compromís** en l'àmbit de la comunicació: **informar** sobre l'acció que desenvolupa i la seva experiència amb els col·lectius més vulnerables, **denunciar** les situacions d'injustícia i les causes que generen pobresa i exclusió, i **oferir alternatives** per sensibilitzar la comunitat cristiana i la societat en general envers l'exclusió social, implicant-los en la lluita contra aquesta.

A la diòcesi de Girona tot i que es realitzen accions de comunicació a través de la seva web, Facebook, Twitter, notes i rodes de premsa, jornades de portes obertes, difusió de la memòria, accions de formació, organització de taules rodones, etc., es necessita realitzar una **acció a peu de carrer**, allà on realment està col·locat l'espectador que s'amaga de la pobresa per què així aquest es vegi realment impactat. Per aquest motiu es realitzarà una **campanya de sensibilització** per tal que l'objectiu que l'opció de justícia social de Càritas sigui cada dia una realitat una mica més propera.

Amb la campanya de sensibilització es vol aconseguir **un coneixement més profund de la realitat, una denuncia de les circumstància** que provoquen les situacions de pobresa, i sobretot una més **àmplia transparència** de Càritas Diocesana de Girona.

La campanya difosa per les xarxes socials i la web podria tenir un ressò de més de 30.000 visites, un augment del nombre de seguidors a Twitter i Facebook, a més de les repercussions a través de les notes de premsa i la captació de nous voluntaris i donatius.

1.5 OBJECTIUS I ACCIÓ DE CAMPANYA

GENERALS

PROBLEMA	OBJECTIU	ACCIÓ
Falta de col·laboració entre les institucions i la ciutat de Girona.	Cercar la cooperació de la comunitat i de les institucions envers el problema social que hi ha a la ciutat de Girona.	Realització d'actes de relacions públiques. Ampliació de la comunicació amb l'ajuntament de Girona.
Hi ha present un allunyament entre Càritas Diocesana de Girona i la població gironina.	Obtenir la màxima proximitat cap a la població gironina i catalana en general.	Elaboració de conferències i xerrades tant en petit com en gran públic on els espectadors hi siguin ser participants.
La pobresa extrema a Girona és molt present tant a peu de carrer com a dins de les cases.	Intentar reduir el nombre de situacions de pobresa extrema a Girona.	Més voluntariat a la Girona per poder arribar a moltes més llars.
El nombre de col·laboradors de Càritas Diocesana de Girona és baix en relació a la quantitat de famílies que estan vivint una pobresa extrema.	Augmentar el nombre de seguidors i cooperadors de Càritas Diocesana de Girona.	Campanyes de sensibilització a la població Gironina a través de documentals i vídeos tramesos a les xarxes socials.

COMUNICATIUS

PROBLEMA	OBJECTIU	ACCIÓ
Els ciutadans gironins no són conscients de la realitat en la que es viu a Girona. Es té un	Que la població gironina i catalana tingui un coneixement més profund de la realitat que es viu	Realització de xerrades i documentals per tal de poder arribar a la població Gironina i

coneixement superficial de la situació actual.	tant a Girona com en la població catalana i espanyola en general.	conscienciar-los de la realitat que s'està sofrint.
Falta d'ajut a les persones en situacions de pobresa i marginació.	Denunciar la situació amb la que es troben diverses persones que viuen en la ciutat de Girona i del gironès en general per evidenciar les circumstàncies que provoquen les situacions de pobresa, marginació o exclusió amb la finalitat última de cercar el màxim grau de justícia social.	Realització d'un documental amb la possibilitat de ser difós a través d'internet.
La població no confia plenament en Càritas Diocesana de Girona per la por al mal ús dels diners i l'ajut recaudat.	Aconseguir una més elevada transparència .	Ús d'un discurs clar i senzill que aporti proximitat i noblesa a Càritas Diocesana de Girona. La campanya ha d'anar acompanyada d'un making of per assolir la claredat desitjada.

2. CAMPANYA DE COMUNICACIÓ

2.1 ESTRUCTURA AL CONCEPTE CREATIU: LA CIUTAT DELS INVISIBLES

LA CIUTAT DELS INVISIBLES

Realització d'una campanya de sensibilització sobre la pobresa a Girona per lluitar pels drets que aquest invisibles de la societat tenen i que molt sovint no estan valorats. Es vol conscienciar a la població de l'existència d'aquesta i de l'ajuda que realment necessiten per tirar endavant.

CONCEPTE

Campanya de sensibilització sobre la pobresa a Girona per tal de sacsejar la consciència dels ciutadans. El protagonistes són els pobres, aquelles persones que viuen en pobresa extrema –amb o sense sostre– les quals s'ignoren i s'intenta fer desaparèixer com si fossin invisibles.

Per portar-ho a terme s'intercalarà situacions de pobresa extrema amb la de membres de la societat que opinaran sobre la labor de Càritas Diocesana de Girona i la importància d'aquest tema social tabú. La campanya es complementarà amb l'ajut d'un maniquí convertit en indigent amb el qual es podrà reflectir la situació que viuen els sense sostre i la invisibilitat que se'ls hi vol adjudicar.

PROTAGONISTES

Els veritables protagonistes d'aquesta història són les persones amb **pobresa extrema**, persones tant reals com la resta de integrants de Girona els quals són menyspreats a diari per la societat d'avui en dia.

METODOLOGIA

Es realitzaran diverses **entrevistes** –tant a pobres de Girona com a membres de la societat que poden aportar la seva pròpia visió sobre la pobresa que es viu avui en dia en el territori gironí– que es mesclaran amb la història d'un fals indigent creat amb un **maniquí** per tal d'escenificar com aquest viuen i les diverses situacions que es creen degut a haver-hi un captaire al carrer.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

FORMATS DE L'ACCIÓ: DOCUMENTAL, TEASER I MAKING OF

La base de la producció és el **documental**, on s'hi desenvoluparan les entrevistes realitzades a les diverses persones mencionades conjuntament amb l'aparició del paper del maniquí. A aquest se li adjuntarà un **teaser** que serà l'encarregat de fer possible una viralització de l'acció. Hi apareixerà les situacions que es porten a terme quan hi ha un indigent al carrer –en aquest cas representat amb un maniquí– per tal d'anunciar la realització del documental.

Per últim es realitzarà un **making of** on emergirà com s'ha realitzat l'escenificació del maniquí i de les diverses escenes del documental.

FORMAT D'ENREGISTRAMENT

El format escollit per la realització de les peces audiovisuals és de QT format gran de **1920x1080 (Full HD)** i tipus d'arxiu .mov.

DISTRIBUCIÓ

El **teaser** es distribuirà a través de la web per poder aportar més viralitat i difusió a través del món 2.0. El cas del **documental** es distribuirà a través de les xerrades realitzades per Càritas Diocesana de Girona a més de dins la pàgina web l'organització. El making of es podrà veure només a la web de Càritas Diocesana de Girona.

APORTACIONS

El projecte pretén ensenyar a la societat com la conducta que es té enfront els pobres els converteix en invisibles.

EL GUIÓ

La plasmació de com reaccionen els ciutadans en veure un indigent a través de la figura d'un maniquí situat en un carrer transitat de la ciutat de Girona intercalat amb entrevistes realitzades a les persones en situació de pobresa extrema de la ciutat de Girona.

2.2 CONCEPTE CREATIU

Girona, enamora. Enamora als més inquiets, els que passegen pels carrers, els que hi van de visita, els que hi viuen. Enamora a tot aquells que s'acosten a la ciutat i transiten pel barri vell, pels ponts de l'Onyar amb les cases penjants, per la plaça independència, pels carrers del call jueu, per la muralla, per la Devesa; en definitiva per qualsevol racó de la ciutat catalana.

A 99 km de Barcelona i a 97km de Perpinyà és la ciutat que uneix Catalunya amb l'estat francès. Està formada per més de 97.000 habitants els quals conviuen amb els milers de visitants que es mouen pels carrers de Girona a diari.

La majoria dels ciutadans de Girona tenen un estil de vida còmode: no només hi resideixen sinó que una gran part també hi treballa, els agrada donar voltes pels voltants del barri vell, anar a prendre una copa als bars de sota les voltes i gaudir de la relativa calma que es viu en ella. Girona per ser una ciutat i capital de província es prou tranquil·la: a l'hora punta els cotxes van de bòlit però pots passejar pels carrers sense atabalaments i respirar aire no contaminat.

A aquests ciutadans però, també se'ls hi afegeix una subclasse que, tot i a vegades no ser considerada ciutadans de Girona, també ho són: la pobresa extrema. Està formada tant pels sense llar que viuen tirats als carrers amb la "casa" a sobre les espatlles com pels que encara tenen la sort de poder tenir una llar on emparar-se.

En el cas del carrer hi ha qui fa molts anys que hi viu, d'altres només uns quants mesos. Però tots tenen una característica en comú: degut a un incident familiar, econòmic, personal, etc., han acabat vivint-hi. Hi ha esdeveniments dolorosos que marquen un abans i un després. La fractura bibliogràfica pot arribar tant en plena joventut com en una edat més avançada. Però quan arriba el constructor, advocat, artista, es converteix en a indigent o sense sostre. En aquest moment és quan el carrer es transforma en l'espai de vida, la presó del dia a dia.

Associacions com Càritas Diocesana de Girona són les que s'encarreguen de cuidar al subgrup marginal intentant aportar totes les ajudes necessàries per qui pateix la pobresa -tant sigui amb sostre o sense-. Per desgràcia el nombre de necessitats en els últims anys ha augmentat abismalment. Les associacions cada vegada tenen més problemes per solventar la situació i requereixen de més voluntaris per

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

intentar tirar endavant les tasques d'ajuda a la societat gironina –tant de la pròpia ciutat com de la resta de província-.

De nits els carrers de Girona són un aparador de vides escapçades. Es calcula que el nombre de persones que viuen el carrer ha augmentat un 45% des del 2008 (inici de la crisi econòmica). El perfil està canviant severament, cada vegada hi ha més joves sota l'etiqueta de sense sostre, sota cada cartró i manta hi ha una biografia, un drama humà que és ignorat per la majoria dels ciutadans de la ciutat. Però, perquè hi ha gent que té una certa fòbia o mania als indigents? Perquè es crea un rebuig intolerable cap a aquesta classe de ciutadans?

El conflicte entre els dos tipus de vida –pobresa i ciutadania- s'evidencia en el carrer. S'ha creat una mena de pànic i/o rebuig cap als sense llar. Hi ha una incomprensió cap a la seva situació. Els habitants de Girona passegen pels carrers i veuen la pobresa, la miren, però no parlen amb ella, no es donen la oportunitat de saber de què va allò, què està passant de veritat. Com a conseqüència a aquests fets es crea la invisibilitat dels pobres, la conversió en éssers misteriosos, ocults i imperceptibles.

L'evidència dels fets obliga a plantejar alternatives per sacsejar la consciència dels habitants de Girona i del món en general. Cal preguntar-se què passaria si l'indigent fos una persona inerta? La reacció al passar pel seu costat seria la mateixa? Quan es passa pel costat d'un indigent, aquest és observat o simplement no és mirat –fet que crea l'absoluta indiferència-? Què passaria si qui estigués en estat de pobresa fos el teu germà, amic o excompany de feina? Els mirarien d'una altra forma?

LA CIUTAT DELS INVISIBLES

El que es pretén és sensibilitzar als ciutadans de la província de Girona per tal d'intentar modificar la percepció que es té del subconjunt –considerats diferents, i a la vegada inferiors als demés- empatitzant i aproximant-se als protagonistes per tal de realitzar un coneixement de la causa, descobrint la seva cultura, la seva forma de ser, estil de vida, etc.

La **campanya de sensibilització** sobre la pobresa a Girona té la fi de sotragar la consciència dels ciutadans. La sensibilització ve donada perquè es vol ensenyar el

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

que hi ha amb l'afany de no ignorar la situació. Els protagonistes d'aquesta història són una part desprestigiada de la ciutat: **la pobresa extrema**. Són persones que per molt que s'intenten reintegrar en la societat el drama que porten a sobre és tant fort que a molts els fa perdre l'esperança per recuperar les seves vides. Són una nosa i incomoden la població. La situació es dramatitza quan es tracta íntegrament dels indigents. I és que visualment, només pel seu aspecte: mal vestits, amb cabells llargs i les barbes llargues, ja són signe de sospita.

La campanya constarà de diverses entrevistes a persones que viuen situació de pobresa extrema i que estan ubicats tant al carrer -aprofitant l'oportunitat d'observar com actuen els vianants envers la seva situació- com en les seves pròpies llars. Aquestes es solaparan amb diverses gravacions a un **maniquí** convertit en indigent. El que es vol aconseguir és captar la **reacció dels vianants envers la marginació social**, portant-ho a l'extrem més remot, com en aquest cas és l'ús d'un objecte inert. Així doncs es podrà observar com s'actua enfront ells -intentant incorporar al maniquí una càmera per fer una visió interna de la situació- i veure si la falta d'atenció cap aquestes persones arriba a l'extrem de no adonar-se de que es tracte d'un maniquí o pel contrari aquesta invisibilitat que se'ls vol donar no es tan certa com es creu.

A més es podrà observar si la reacció que es té cap a una persona que es mou (indigent real) és la mateixa que en una que no es mou (maniquí).

2.3 PROTAGONISTES

Els veraders protagonistes d'aquesta història són les persones que viuen en **pobresa extrema**, persones tant reals com la resta de integrants de Girona els quals són menyspreats a diari per la societat d'avui en dia. Són persones que **per causes socioestructurals** com pobresa extrema, violència familiar, abandonament, desintegració del nucli familiar, o abús social; **per causes personals** com l'autodeterminació, el consum d'alcohol i/o drogues; i **per raons culturals** han estat reubicades dins el grup social.

S'ha construït una cultura, una forma de sobreviure i de pensar, de relacionar-se amb l'entorn per tal de persistir quotidianament. Els pobres viuen en deteriorament i misèria, en unes condicions de **limitada dignitat i justícia**. Es vol crear una **empatia entre el pobre i el ciutadà** aconseguint un benefici mutu. Més concretament als indigents es vol descobrir al ésser humà que habita al carrer per a què a partir de les característiques individuals poder arribar al conjunt de la societat i entendre com realment són.

Per aconseguir aquesta tasca és necessària la interacció tant del protagonista real com d'un de no tant real, en aquest cas: **el maniquí**. És una representació dels mateixos que viuen al carrer. Vestit com si d'un indigent es tractés s'usarà amb la finalitat de comprovar quants dels vianants són capaços d'adonar-se de que es tracta d'un maniquí i no d'un **verdader indigent**. Es vol fer veure a la població de que els indigents són persones igual que ho són la resta d'individus que viu a Girona, que aquests tenen família: tenen pares, i és probable que siguin pares també; tenen germans i probablement també nebots; tenen amics o coneguts els quals és possible que visquin a la ciutat o que treballin amb gent de la pròpia ciutat de Girona.

Aquests protagonistes són més propers a la societat del que es pensen. S'ha de deixar de pensar que la pobresa està lluny. La pobresa comença a Girona, potser en el carrer de sota de casa, o en el carrer de la feina. La pobresa es veu a cada cantonada i girar el cap no farà que desaparegui.

Aquest maniquí després de maquillar-lo i vestir-lo amb la indumentària necessària es **col·locarà al mig de la ciutat de Girona** i amb l'ajuda d'una càmera -posada molt a prop d'on hi hagi el maniquí però en un angle on els vianants no la puguin

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

veure- **es gravarà la situació del carrer i l'impacte** que aquest pugui ocasionar als vianants.

Es vol fer veure a la població que obviar l'existència d'aquestes persones no fa cap ve per la societat en general i que la mera ajuda a una associació de la ciutat, com pot ser Càritas Diocesana de Girona, pot aconseguir que les persones amb menys possibilitats surtin de la misèria.

2.4 METODOLOGIA

La realització de la campanya es desenvoluparà sota l'eix de la pobresa extrema. Per iniciar aquest procés es portaran a terme diverses **entrevistes o xerrades a persones que estan patint pobresa** a Girona dels quals es vol aprofundir sobre la seva forma de viure, la seva cultura, reaccions envers els habitants de la ciutat de Girona, etc. El procés d'aproximació està basat en el compromís psicològic de comprendre els personatges principals d'aquesta campanya i així aconseguir un profund feedback amb els espectadors. Seguint aquest rumb, es vol explorar als pobres com a persones de drets, autònoms, amb idees i amb valors.

Aquest forma metòdica ubica les persones sense llar en el centre del paper comunicatiu per tal de que ell mateix es converteixi en un investigador de la realitat i del paper que té enfront la situació.

No obstant per **completar les entrevistes** i poder visualitzar diversos punts de vista, es portarà a terme gravacions a **altres subconjunts de la societat**, com poden ser els propis habitants de Girona o membres de Càritas Diocesana de Girona. Tots ells aportaran una visió més humana, complementaria i íntegra de la problemàtica en qüestió intentant donar la màxima pluralitat i transparència al projecte.

Per aquest projecte, serà molt important la **caracterització d'un maniquí** com a indigent. Aquest serà una representació d'una part d'aquest subgrup de la societat. En acabar de realitzar les entrevistes als diversos grups esmentats es tindrà una noció clara i precisa del que el maniquí ha de representar: els valors que ha de tenir, la imatge física, la forma d'actuar. Tot i tractar-se d'un simple maniquí, aquest s'ha de convertir en un indigent més del carrer i **simbolitzar tot el que ser un sense llar representa**. Del maniquí se'n podria extreure com reaccionen les persones que es mouen per la ciutat de Girona envers als indigents. La figura del maniquí actua com a indigent per tal de conscienciar a la població que realment les persones que cauen a la pobresa, tot i que són considerades invisibles, són tant humans com la resta de la societat, tot i que no tinguin els privilegis que altres sí tenen.

Amb la suma de les entrevistes i de la figura del maniquí es podrà fer un paral·lelisme de les precarietats que viuen i com es senten degut als constants desaires de la societat.

2.5 FORMATS DE L'ACCIÓ: DOCUMENTAL, TEASER, MAKING OF

La producció es dividirà en 3 gèneres molt clars però a la vegada complementaris entre sí: el documental, el teaser i el making of.

DOCUMENTAL

El **documental** és la base de la producció. Tindrà una duració aproximada d'entre 20 i 30 minuts creant així una producció pròpia del caràcter televisiu documental. No es pot obviar, però, de que es tracte d'un documental de caire social – problemàtica social en termes laborals, relacionals, injustícies, etc- amb totes les característiques que se'n destaquen a nivell temàtic, caracterial, d'ambientació, il·luminació, d'estil visual, música, etc.

El contingut del documental estarà format a través de les entrevistes als diversos intermediaris -indigents, pobres, membres de Càritas Diocesana de Girona, ciutadans de la ciutat de Girona- els quals aportaran diversos punts de vista sobre la problemàtica en qüestió. Unit a les entrevistes es plasmarà la importància del maniquí dins el documental. És l'encarregat d'ensenyar la vivència dels indigents convertint el costat inert d'aquest objecte en una realitat amb molta vida.

Es vol transmetre pluralitat i sobretot molta transparència, ja que no es tracte d'una campanya pròpiament publicitària, sinó d'una campanya per humanitzar la causa.

TEASER

Conjuntament amb el documental es realitzarà un **teaser**, el format publicitari encarregat a anticipar la campanya per oferir una informació fragmentada del que serà el documental. En aquest no es desvelarà la veritable identitat de Càritas Diocesana de Girona d'aquesta forma el missatge publicitari es planteja com un enigma que genera curiositat i expectació als usuaris aprofitant la viralitat d'Internet¹¹. Es vol, amb aquest format, arribar més lluny que tant sols a la ciutat de Girona per tal de crear una campanya amb un alt potencial de divulgació.

¹¹ DEFINICIÓN ABC. *Definición de Teaser*. [en línia]

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/teaser.php> [Consulta: 16-03-2014]

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

En el teaser no hi apareixerà cap entrevista sinó tant sols les situacions que es porten a terme quan hi ha un indigent al carrer. El maniquí, doncs, serà el protagonista de la campanya d'intriga i serà el que servirà com a punt de partida en la difusió del documental.

MAKING OF

Per últim es realitzarà un **making of** de tota la producció. En ell s'ensenyarà com s'ha portat a terme tota la campanya (documental i teaser) a nivell de producció. Es vol transmetre una visió més natural i verdadera per tal d'aportar aquesta transparència tant necessària. En el making of es podrà veure la creació de la caracterització dels maniquins –recollida del maniquí, caracterització en el plató, desplaçament fins la localització al carrer de Girona, i l'extracció d'aquest del carrer-, les reaccions en les entrevistes, plans inèdits, la col·locació en els escenaris de Girona, etc.

2.6 FORMAT D'ENREGISTRAMENT

La combinació de qualitat/consum de recursos que millor s'adapta a les necessitats és el **QT format gran de 1920x1080 píxels (Full HD), 25p, i tipus d'arxiu .mov.**; el qual ofereix el doble de resolució que un vídeo PAL SD. El tipus d'arxiu MOV s'encapsula per defecte per Quicktime i el sistema operatiu Mac per tal d'empaquetar el contingut multimèdia amb la informació necessària per a què el sistema reproduïxi el seu contingut de forma sincronitzada¹².

Aquest format ens permet usar una precisió en el moviment més elevat i la possibilitat d'usar la càmera lenta.

Al haver-se de produir tant en format web com en presentació en sales, hi ha una obligació a recórrer a formats de producció més alts. No obstant és positiu ja que es podrà obtenir la imatge en una qualitat elevada i mantenir-les en l'arxiu documental de Càritas Diocesana de Girona.

¹² VIDEO EDICION. *Iniciación al HD (alta definición) y a la autoría Blu-Ray*. [en línia] <http://www.videoedicion.org/documentacion/article/iniciacion-a-la-hd-alta-definicion-y-a-la-autoria-blu-ray> [Consulta: 18-03-2014]

2.7 DISTRIBUCIÓ

La relació amb els mitjans de comunicació ha de ser centralitzada, coherent i unitària tant a la campanya de sensibilització com a Càritas Diocesana de Girona. Cada una de les seves produccions ha d'estar destinada a encaminar i reforçar l'eix de la campanya.

Per la distribució de les diferents produccions s'usaran els medis alternatius o below the line amb el mitjà d'internet com a eix principal de la campanya. La web 2.0 aporta el feedback dels espectadors a més d'un reduït cost de difusió de la informació. Els usuaris podran accedir al contingut sense haver de pagar i a la vegada Càritas Diocesana de Girona té l'oportunitat d'arribar a un nombre elevat de usuaris sense haver de gastar-se quantitats elevades de capital. A més a més no es dirigeix a grups sinó a l'individu de manera directa, és global, autònom i amb relacions horitzontals.

El grau de divulgació que es busca és de tercer nivell, és a dir, de divulgació per el gran públic. El **teaser** es distribuirà **a través de la web** per poder aportar més viralitat i difusió pel món 2.0. Youtube i Vimeo seran unes eines molt útils per la difusió de la producció ja que les plataformes ofereixen la possibilitat de compartició a través de diverses xarxes socials com Facebook, Twitter, Google+, Blogger, Tumblr, Reddit, Tuenti, Pinterest, LinkedIn, email, etc. S'usarà el Facebook de Càritas Diocesana de Girona per donar més difusió a la producció i com a conseqüència arribar a més usuaris. Amb el teaser es vol aconseguir un feedback i un nivell d'implicació per part dels consumidors elevada. I és que, com major sigui el ressò del teaser més possibilitats hi ha que es visualitzi el documental. Així doncs, la importància d'aquest creix exponencialment,

El **documental** es distribuirà per dos mitjans: **a través de la web i de xerrades informatives de Càritas Diocesana de Girona**. A diferència del teaser aquest serà distribuït a un nombre inferior de persones ja que es vol aconseguir una exclusivitat i limitació del públic objectiu. Es penjarà a la web però des de la plataforma Vimeo que dóna un toc més artístic i professional: els vídeos tenen una major resolució, millor aparença i menys competència, una molt bon posicionament a Google, i a sobre recol·lectar diners pel vídeo. Així doncs els diners recaptats seran donats directament a la causa en qüestió: la pobresa a Girona.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

A través de les xerrades informatives es podrà arribar al públic objectiu precis atorgant un grau de veridicitat molt important i elevat. Les xerrades són un element diferenciador i clau en la campanya de sensibilització per poder arribar als residents d'una forma més personal i unitària. Així doncs, aquest mitjà es complementa molt bé amb el d'Internet.

Per últim el **making of** també s'oferirà a través d'únicament Vimeo i serà incrustat a la **pàgina web**. No es preveu una difusió viral de la producció del making of, per tant, la incrustació a la pàgina web serà suficient per donar una veridicitat al projecte i aportar la personalitat i el carisma que la campanya requereix.

2.8 APORTACIONS

QUÈ POT APORTAR EL PROJECTE A LA SOCIETAT

El projecte pretén **ensenyar a la societat com la conducta que es té enfront els pobres els converteix en invisibles**. Són individus com tots els que viuen a Girona amb l'única diferència que aquests es troben amb molts problemes per arribar a final de mes o directament sense sostre. Tot i que se'ls identifica com a simples "alcohòlics i/o drogoaddictes, que no tenen on caure morts" són individus com la resta de ciutadans, els quals per motius que es desconeixen han caigut en la pobresa, ja sigui per una depressió, per un feina poc digne que els ha acabat destrossant la vida, etc. En el cas dels indigents, tot i que sembla impossible, en molts dels casos no és l'alcohol el motiu pel qual estiguin el carrer, sinó que aquest ha sigut la seva arma per sobreviure a la dura selva del carrer.

Aquest projecte és més **transcendental** del just àmbit gironí ja que el que es plasma a Girona també és present en moltíssimes ciutats catalanes, espanyoles, europees i mundials. El problema no és íntegrament gironí sinó globalitzat, per tant, no es vol commoure a la ciutat gironina sinó a la població en general.

Es vol transmetre uns **valors** que són compartits amb Càritas Diocesana de Girona: **dignitat de la persona, justícia social, solidaritat, participació, austeritat, transparència**. Es tracte d'arribar als cors dels individus. Tant sols arribant a ells serà una gran gratitud tant a nivell individual com pels milers de persones en estat de pobresa extrema que hi ha en el territori català i espanyol.

I és que cal recordar que aquest "**mobiliari urbà**" són persones com la resta que el que volen és ser una mica més lliure. I és que potser cal fer la reflexió de qui és més lliure en aquest sentit: si ciutadans o els indigents.

2.9 EL GUIÓ

TEMA O IDEA

Plasmar com **reaccionen els ciutadans** en veure un indigent a través de la figura d'un maniquí situat en un carrer transitat de la ciutat de Girona intercalat amb **entrevistes** realitzades a les persones en estat de pobresa extrema de Girona, els habitants i els participants/voluntaris de Càritas Diocesana de Girona.

SINOPSIS/ARGUMENT

Sole és un maniquí vestit d'indigent que durant un dia viurà com si d'un indigent real es tractés, observant les reaccions dels vianants i la solidaritat –poca o molta– de la ciutat de Girona. L'objectiu és el de conscienciar sobre la invisibilitat dels indigents els quals són molt més vulnerables del que ens pensem.

El resultat resumit de les gravacions es presentarà en un vídeo de curta duració (teaser), sempre respectant l'anonimat dels vianants que formin part de l'actuació, conjuntament amb tot el procés previ de preparació de la caracterització del maniquí (making of), i de la realització d'entrevistes als diferents targets participatius de l'acció social: pobresa, població gironina i voluntaris de Càritas Diocesana de Girona. Es vol observar la cultura, la forma de viure i les opinions que es tenen respecte aquest problema social i des de diversos punts de vista.

3. ORGANITZACIÓ DE LA PRODUCCIÓ

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

3.1 ESCALETA

LA CIUTAT DE GIRONA (Seqüència)

EXT-PLAÇA CATEDRAL-DIA (escena)

EXT-RIU-DIA

EXT-UNIVERSITAT-DIA

EXT-CARRER SANTA EUGENIA-DIA

EXT-CARRETERA EMILI GRAÏT-DIA

EXT-CARRER SANTA CLARA-DIA

EXT-CARRER DE JAUME I-DIA

EXT-PLAÇA INDEPENDÈNCIA-DIA

EXT-SUCURSAL BANCARIA-DIA

EXT-PONT-NIT

EXT-CARRER SANTA CLARA-NIT

EXT-PARC-NIT

ESPais D'INDIGÈNCIA (Seqüència)

EXT-PLAÇA INDEPENDENCIA-DIA

EXT-ESCALES CATEDRAL-DIA

EXT-SUCURSAL BANCARIA-DIA

EXT-CARRER DE JAUME I-DIA

EXT-OFICINA LA CAIXA-DIA

EXT-TERRASSA BAR NÚRIA-DIA

EXT-CARRER NOU-DIA

EXT-CONTENIDORS CARRER-DIA

ESPais CIUTADANS (Seqüència)

EXT-PLAÇA INDEPENDENCIA-DIA

EXT-ESCALES CATEDRAL-DIA

EXT-CARRER DE JAUME I-DIA

EXT-CARRER NOU-DIA

EXT-MONTILIVI-DIA

EXT-OFICINA LA CAIXA-DIA

TROBADA -INDIGENTS vs CIUTADANS (Seqüència)

EXT-CARRER DE JAUME I-DIA

EXT-CARRER SANTA CLARA-DIA

EXT-OFICINA LA CAIXA-DIA

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

EXT-PLAÇA INDEPENDENCIA-DIA

ENTREVISTES POBRESA EXTREMA (Seqüència)

INT-CARRER DEL ROSER-DIA

INT-CARRER DE LES FERRERIES VELLES-DIA

REACCIONS (Seqüència)

EXT-CARRER SANTA CLARA-DIA

ENTREVISTATS CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA

INT-BAR STOP-DIA

EXT-BAR EL RACÓ DEL CAFÈ-DIA

INT-CÀRITAS -DIA

INT-CARRER DEL ES FERRERIES VELLES-DIA

CARACTERITZACIÓ MANIQUÍ

INT-ESTÈTICA THEICA-DIA

EXT-PÀRQUING TORROELLA-DIA

INT-COTXE-DIA

EXT-CARRER SANTA CLARA-DIA

EXT-CARRER ALFONS MERCADER-DIA

3.2 GUIÓ LITERARI

GUIÓ LITERARI DOCUMENTAL¹³

1.- EXT - CARRER CIUTAT - DIA	
Es presenta la ciutat de Girona en termes generals, amb diverses situacions dels carrers de la ciutat.	So música en off.
2.- INT - C/ DEL ROSER - DIA	
Entrevista a una persona que està sortint de la pobresa.	So entrevista.
3.- EXT - CARREFOUR - DIA	
Es realitza una recaptació d'aliments al Carrefour a mans de Càritas. S'especifica el lloc on es portarà a terme el gran recapte.	So ambient.

¹³ Estructura inicial subjecte a les variabilitats del format documental obert a la realitat.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

4.- INT - CARREFOUR - DIA		
El recapte d'aliments a mans de Càritas Diocesana de Girona es porta a terme amb èxit dins del supermercat Carrefour.	So ambient.	
5.- INT - BAR STOP - DIA		
Entrevista a la consellera de Càritas Diocesana de Girona. Aquesta explica com va arribar a Càritas i quina és la seva feina dins l'entitat.	So entrevistista.	
6.- EXT - CARRER CIUTAT - DIA		
Diverses situacions viscudes als carrers de Girona.	So guitarra en off barrejat amb el so ambient.	
7.- INT - CÀRITAS - DIA		
Entrevista a un dels tècnics d'acollida de Càritas Diocesana de Girona.	So entrevistista.	
8.- EXT - BARRI VELL - DIA		
Vistes de la ciutat des del carrer Ferreries Velles.	So ambient.	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

9.- EXT - BARRI VELL - DIA	
Entrevista a una persona que viu pobresa extrema des del pis on actualment està vivint.	So entrevistista.
10.- INT - BAR STOP - DIA	
Continua l'entrevista amb Marina de Quintana, consellera de Càritas Diocesana de Girona.	So entrevistista.
11.- INT- CÀRITAS - DIA	
Continua l'entrevista al tècnic de l'acollida de Càritas Diocesana de Girona.	So entrevistista.
12.- EXT - CARRERS DE GIRONA - DIA	
Vistes del pont de Girona mentre la veu en off transmet la importància que els invisibles tenen i la part de la societat que realment formen part d'aquesta "subcultura" i que a vegades no es vol adonar.	So narrador.
13.- INT - CARRER DEL ROSER - DIA	
Entrevista a una persona que surt de la pobresa. Com és el seu dia a dia i perquè va	So entrevistista.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

acabar a mans de Càritas Diocesana de Girona.	
14.- EXT - BAR STOP - DIA	
Continuació de l'entrevista amb Marina de Quintana.	So entrevistista.
15.- EXT - CARRER SANTA CLARA - DIA	
En el Carrer Santa Clara hi ha col·locat un maniquí caracteritzat com a indigent. Les imatges de les cares dels vianants des del punt de vista del maniquí, es veu com reaccionen i com els afecte (en cas que sigui així) que hi hagi un indigent en el carrer.	
16.- EXT - CARRER DE GIRONA - NIT	
Carrer de Girona de nit mentre els vianants passen per la ciutat adormida.	Veuen en off narrador.
17.- INT - CÀRITAS - DIA	
Continuació de l'entrevista al tècnic d'acollida de Càritas Diocesana de Girona.	So entrevistista.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

18.- INT - PIS BARRI VELL - DIA	
Entrevista a un voluntari de Càritas Diocesana de Girona.	So entrevistista.
19.- INT - CARRER DEL ROSER - DIA	
Continuació de l'entrevista a una persona sortint de la pobresa.	So entrevistista.
20.- EXT - MUNTANYA - DIA	
Vista de la Carretera Barcelona des d'un cotxe. El narrador tanca el documental parlant sobre la invisibilitat que se'ls dóna i la importància d'aprendre dels passat per no tornar a cometre els mateixos errors al futur.	Yeu en of narrador conjuntament amb la música de tancament.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

GUIÓ LITERARI TEASER¹⁴

1. - EXT - CARRER CIUTAT - DIA	
Es presenta la ciutat de Girona en termes generals, amb diverses situacions dels carrers de la ciutat.	So ambient dels cotxes, vianants, etc.
2. - EXT - CARRER CIUTAT, MANIQUÍ - DIA	
A la vorera d'un dels carrers de Girona hi ha establert un indigent (maniquí) el qual s'observa amb detall la caracterització d'aquest (les sabates, el cartell per pidolar, etc.)	So ambient dels cotxes, vianants, etc.
Un dels indigents (que és un maniquí) està col·locat a l'altre costat de Carrer Santa Clara. Els cotxes creuen pel mig aturant-se quan el semàfor està en vermell. Està sol, pidolant per aconseguir diners per poder menjar alguna cosa més tard.	Veu en off entrevistest a indigents mentre es veu el frontal del maniquí. S'intueix que la veu és del indigent que es té al davant, tot i que no sigui real.
Reaccions dels vianants en topar-se amb l'indigent (maniquí).	So (en off) entrevista.

¹⁴ Estructura inicial subjecte a les variabilitats del format documental obert a la realitat.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Queda plasmat com l'indigent veritablement és un maniquí i no un pidolaire real. Es desmunta el maniquí per traslladar-lo del escenari cap a casa de nou.	So ambient. Música tancament.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

GUIÓ LITERARI MAKING OF¹⁵

1.- EXT - CARRETERA CIUTAT - DIA	
Es presenta la ciutat de Girona en termes generals, amb diverses situacions dels carrers de la ciutat.	So ambient dels cotxes, vianants, etc.
2.- EXT - CARRETERA DE PALS A TORROELLA- DIA	
Des de dins d'un cotxe que transita per la carretera principal entre Torroella de Montgrí i Pals es veu el paisatge empordanès.	Música interior del cotxe.
3.- EXT - PÀRQUING TORROELLA - DIA	
S'arriba al lloc establert per recollir el maniquí. La mà del conductor treu la clau del contacte parant el cotxe. En Gerard Barriés, el propietari del maniquí, col·loca el maniquí al cotxe d'Adrià Bassa.	Música interior del cotxe i el soroll del vehicle mentre s'apaga. Conversa amb Gerard Barriés.
4.- INT - ESTÈTICA THEICA - DIA	
Caracterització del maniquí.	Música.
5.- EXT - CARRETERA - DIA	

¹⁵ Estructura inicial subjecte a les variabilitats del format documental obert a la realitat.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

El maniquí col·locat en el seient de darrera del cotxe d'Adrià Bassa va en direcció a la ciutat de Girona.		Música.
6.- EXT - CARRER SANTA CLARA, CIUTAT - DIA		
Col·locació del maniquí en la carretera i escenificació d'aquest.		Música.
7.- EXT - CARRER CIUTAT - DIA		
Diverses gravacions de les entrevistes gravades en anterioritat per aproximar-se als indigents.		Música.
8.- EXT - CARRER CIUTAT, TOMES FALSES - DIA		
Tomes falses del documental.		Música i/o so ambient.
9.- EXT - CARRER SANTA CLARA - DIA		
Desmuntatge del maniquí al mig del carrer i col·locació del maniquí dins del cotxe.		Música.
10.- EXT - CARRETERA, COTXE - DIA		
Sortida de Girona amb la posta de sol.		Música.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

3.3 GUIÓ TÈCNIC

GUIÓ TÈCNIC DOCUMENTAL¹⁶

1.- EXT - CARRER CIUTAT - DIA			
N.PLA	TIPUS	ACCIO	AUDIO
1		Fosa en negre: "Ciutat de Girona 2014".	Música obertura documental.
2	PG-FIXE	Vistes de la Catedral de Girona des de la muralla.	
3	PG-FIXE	Cel de Girona.	
4	PG-PAN D'ACOM PANYA	Vistes de la ciutat de Girona des de la muralla.	
	MENT-H		
5	PG-FIXE	Vistes del lateral de la catedral.	

¹⁶ Tot i que no és habitual en la realització d'un documental un guió tècnic tancat, aquest és orientatiu. Es tracte d'un rodatge obert. És recomanable seguir aproximativament els diversos plans presents en aquest.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

6	PG-PAN VERTIC AL	Carrer del barri vell de Girona.	
7	PG-FIXE	Senyalització carrer de Girona.	
8	PG-FIXE	Els ciutadans de Girona passejant per les Rambles.	
9	PG-FIXE	Balcó de Girona amb l'estelada.	
10	PA-FIXE	Escombriaire recollint les bosses de deixalla de les escales de la Catedral.	
11	PG-FIXE	Pont riu Onyar.	
12	PG-FIXE	Persones passant per les escales que porten a la Universitat del Barri Vell de Girona.	
13	PG-FIXE	Escales des de la perspectiva superior.	
14	PA-FIXE	Indigent a les Rambles de Girona.	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

15	PG-FIXE	Una persona assentada en un dels bars de les Rambles.	
16		Fosa en negra: "la ciutat dels invisibles".	
17	TRAVEL LING H	Carretera de Barcelona.	Veu en off narrador.
2. - INT - C / DEL ROSER - DIA			
18	PM-FIXE	Entrevista a una persona que està sortint de la pobresa.	Veu en off entrevista.
3. - EXT - CARREFOUR - DIA			
19	PG-FIXE	Carros de la compra Carrefour.	So ambient.
20	PA-FIXE	Supermercat des de fora.	So ambient.
4. - INT - CARREFOUR - DIA			
21	PAN H	Supermercat Carrefour des de dins.	So ambient.
22	PM-FIXE	Voluntaris CPA recaptant menjar.	So ambient.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

23	PG-FIXE	Menjar establert a l'inici del supermercat per recaudar.	So entrevista en off.
5.- INT - BAR STOP - DIA			
24	PM-FIXE	Entrevista a Marina de Quintana, consellera de Càritas Diocesana de Girona i presidenta de Càritas Baix Ter.	So entrevista.
6.- EXT - CARRERS DE GIRONA - DIA			
25	PG-FIXE	Persones caminant pels carrers de Girona.	So guitarra en off barrejat amb el so ambient.
26	PG-FIXE	Indigent tocant la guitarra al mig del carrer de Girona.	So guitarra.
27	PG-FIXE	Rambla de Girona.	So en off de la guitarra.
28	PG-FIXE	Plaça Independència.	So en off de la guitarra.
29	PG-FIXE	Entrevista a l'indigent.	So entrevista.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

30	PG-FIXE	Catedral.	So en of de la guitarra.
7.- INT - CÀRITAS - DIA			
31	PM-FIXE	Entrevista al tècnic d'acollida de Càritas Diocesana de Girona.	So entrevista.
8.- EXT - BARRI VELL - DIA			
32	PG-FIXE	Catedral des del carrer Ferreries Velles.	So ambient.
9.- EXT - BARRI VELL - DIA			
33	PM-FIXE	Entrevista pobresa extrema.	So entrevista.
34	PAN-H	Vistes dels pis on es realitza l'entrevista.	So ambient entrevista.
10.- INT - BAR STOP - DIA			
35	PM-FIXE	Entrevista a Marina de Quintana.	So entrevista.
11.- INT - CÀRITAS - DIA			
36	PM-FIXE	Entrevista a tècnic d'acollida de Càritas.	So entrevista.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

12.- EXT - CARRERS DE GIRONA - DIA			
37	PG-FIXE	Pont de Girona amb vistes al riu Onyar.	Veu en off narrador.
38	PD-FIXE	Flors riu Onyar.	
13.- INT - CARRER DEL ROSER - DIA			
39	PM-FIXE	Entrevista a una persona que surt de la pobresa.	Veu entrevista.
14.- INT - BAR STOP - DIA			
40	PM-FIXE	Entrevista a Marina de Quintana.	Veu entrevista.
15.- EXT - CARRER SANTA CLARA - DIA			
41	PG-FIXE	Carrer de Santa Clara.	Veu entrevista en off.
42	PG-FIXE	Maniquí col·locat al Carrer de Santa Clara on els vianants hi passen per davant.	
43	PG-FIXE	Càmera interna col·locada en el maniquí que observa les diverses reaccions de les persones que passen pel seu davant.	Música.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

16.- EXT - CARRER DE GIRONA - NIT			
44	PG-FIXE	Carrer de Girona de nit mentre els vianants passen per la ciutat adormida.	Veu en off.
17.- INT - CÀRITAS - DIA			
45	PM-FIXE	Entrevista al tècnic d'acollida de Càritas Diocesana de Girona.	Veu entrevista.
18.- INT - PIS BARRI VELL - DIA			
46	PA-FIXE	Entrevista voluntari de Càritas Diocesana de Girona.	Veu entrevista
19.- INT - CARRER DEL ROSER - DIA			
46	PM-FIXE	Entrevista persona sortint de la pobresa.	Veu entrevista
20.- EXT - CARRETERA DE BARCELONA - DIA			
46	PG-TRAVELLING	Vista de la Carretera Barcelona des d'un cotxe.	Veu en off narrador.
47		Fosa en negre: "Cèdits".	Música clausura documental.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

GUIÓ TÈCNIC TEASER¹⁷

1. - EXT - CARRER CIUTAT - DIA			
N.PLA	TIPUS	ACCIO	AUDIO
1	PG-FIXE	Mentre es presenta el carrer de Santa Eugènia de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	So ambient del carrer de Girona amb una cançó externa que l'acompanya (música obertura documental.
2	PG-FIXE	Mentre es presenta el carrer d'Emili Graït de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	So ambient del carrer de Girona amb una cançó externa que l'acompanya (música).
3	PG-PAN-H	Mentre es presenta el carrer de Santa Eugènia de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	

¹⁷ Tot i que no és habitual en la realització d'un documental un guió tècnic tancat, aquest és orientatiu. Es tracte d'un rodatge obert. És recomanable seguir aproximativament els diversos plans presents en aquest.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

2.- EXT - CARRER CIUTAT, MANIQUÍ - DIA

4	PD- FIXE	A la vorera d'un dels carrers de Girona hi ha establert un indigent (maniquí) el qual s'observa amb detall la caracterització d'aquest (les sabates, el cartell per pidolar, etc.)	So ambient del carrer de Girona amb una cançó externa que l'acompanya (música).
4	PD- FIXE	Un indigent (maniquí) col·locat al terra de la carrer Santa Clara, està pidolant i els vianants creuen per davant seu obviant la seva presència.	So ambient dels cotxes, vianants, etc.
5	PG- FIXE	Els cotxes passant per Carrer Santa Clara mentre l'altre costat de la vorera es veu l'indigent (maniquí) pidolant.	So ambient del carrer amb els vehicles i vianants creuant. Es sent la botzina d'un cotxe.
6	PP- FIXE	Pla frontal del maniquí.	Veu en off de l'entrevista d'un indigent.
7	PG- FIXE	Cares dels vianants des del punt de vista del maniquí. (Càmera interna). Es visualitzen les reaccions d'aquests envers la situació que s'està vivint amb el maniquí.	Veu en off de l'entrevista d'un indigent.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

8	PP-FIXE	Primer pla de la cara del maniquí on es pot comprovar que no és un indigent sinó un simple maniquí. Es desmunta el maniquí per traslladar-lo del escenari cap a casa de nou.	Música.
9	FOSA NEGRA	"LA CIUTAT DELS INVISIBLES", "Càritas Diocesana de Girona"	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

GUIÓ TÈCNIC MAKING OF¹⁸

1. - EXT - CARRER CIUTAT - DIA			
N.PLÀ	TIPUS	ACCIÓ	AUDIO
1	PG-FIXE	Mentre es presenta el carrer de Santa Eugènia de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	So ambient del carrer de Girona amb una cançó externa que l'acompanya (música obertura documental.
2	PG-PAN-H	Mentre es presenta la Plaça de Catalunya de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	
3	PG-FIXE	Mentre es presenta l'estació d'autobusos de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	
4	PG-PAN D'ACOM PANYA	Mentre es presenta el riu Onyar de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	

¹⁸ Tot i que no és habitual en la realització d'un documental un guió tècnic tancat, aquest és orientatiu. Es tracte d'un rodatge obert. És recomanable seguir aproximativament els diversos plans presents en aquest.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

	MENT-H		
5	PG-FIXE	Mentre es presenta el Call Jueu de la ciutat de Girona, s'escolta el rumor dels cotxes, dels vianants, etc.	
6	FOSA NEGRA	Màquina d'escriure títol: "La ciutat dels invisibles. Making of" amb efecte ciutat feta amb una línia fina.	
2.- EXT - CARRETERA DE PALS A TORROELLA- DIA			
7	PG- TRAVE LLING	Des de dins d'un cotxe que transita per la carretera principal entre Torroella de Montgrí i Pals es veu el paisatge empordanès.	Música interior del cotxe.
3.- EXT - PÀRQUING TORROELLA - DIA			
9	PD-FIXE	S'arriba al lloc establert per recollir el maniquí. La mà del conductor treu la clau del contacte parant el cotxe. S'apaga la música del cotxe.	Música interior del cotxe i el soroll del vehicle mentre s'apaga.
10	PG-FIXE	Exterior del pàrquing.	So porta que es tanca.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

11	PM LLARG - TRAV ELLING	Aproximament a Gerard Barris, el propietari del maniquí i primer contacte amb ell (salutació).	
12	PM - FIXE	Adrià Bassa agafa el maniquí de les mans d'en Gerard Barris per col·locar-lo al seu cotxe.	
13	PD-FIXE	Es tanca el portamaletes del cotxe amb el maniquí a dins.	So porta que es tanca.
14	PG-FIXE	El cotxe es posa en marxa i va direcció Torroella de Montgrí.	So cotxe.
15	FOSA NEGRA	HORA I LLOC "10.30H, TORROELLA DE MONTGRÍ".	Maquina d'escriure
4.- INT - ESTÈTICA THEICA - DIA			
16	PM-FIXE	El maniquí està col·locat a sobre d'una taula en posició frontal.	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

17	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: sabates.	
18	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: camisa.	
19	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: pantalons.	
20	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: mocador.	
21	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: realització de les cames.	
22	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: cartrons.	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

23	PD-FIXE	Presentació de l'atrezzo que es col·locarà al maniquí per realitzar la caracterització: barret per pidolar.	
24	PM LLARG-FIXE	Càmera ràpida de la fabricació de les cames, i la caracterització del maniquí.	
25	PM-FIXE	Diverses fotografies al maniquí caracteritzat.	
26	FOSA NEGRA	HORA I LLOC "07.30H, DIRECCIÓ GIRONA".	
5.- EXT - CARRETERA - DIA			
27	PM-FIXE	El maniquí col·locat a seient del darrera del cotxe amb el cinturó posat direcció a Girona.	So cotxe
28	PG-TRAV	Des de dins del cotxe que transita es veu el paisatge empordanès direcció al gironès.	
29	PD-TRAV	Senyalització "direcció Girona"	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

6. - EXT - CARRER SANTA CLARA - DIA		
30	PM-TRAV DE SEG UIMENT	S'arriba a carrer Santa Clara per descarregar el maniquí. Es para el cotxe i treu el maniquí del cotxe, per portar-lo fins a la vorera de la mateixa carrer Santa Clara.
7. - EXT - CARRER CIUTAT - DIA		
31	PA-TRAV DE SEG UIMENT	Diverses gravacions de les entrevistes gravades en anterioritat per aproximar-se als indigents.
8. - EXT - CARRER CIUTAT, TOMES FALSES - DIA		
32		"Tomes falses" del documental.
9. - EXT - CARRER SANTA CLARA - DIA		
33	PG-FIXE	Canvis en la col·locació de la càmera per gravar el maniquí.
34	PA-FIXE	Gravacions no transmeses de diverses entrevistes.
35	PG-FIXE	A càmera ràpida els primers instants del maniquí col·locat en l'escena.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

34	PG-FIXE	Col·locació del maniquí en la carretera i escenificació d'aquest (càmera ràpida).	
35	PG-FIXE	Desmuntatge del maniquí al mig del carrer.	
37	PA-TRAV	Col·locació del maniquí dins del cotxe	
10.- EXT - CARRETERA, COTXE - DIA			
28	PG-FIXE	Sortida de Girona amb la posta de sol. Crèdits	Música tancament Making of
29	FOSA NEGRA	Continuació crèdits	

3.4 CONCEPCIÓ DE LA REALITZACIÓ

TIPOLOGIA DE CÀMERA

Per la realització del documental s'utilitzarà una **CANON 600D** de 18'0 megapíxels. Té gravació de vídeo Full HD amb control manual **Full HD de 1080p** a 24/25/30 quadre/s. Té un control totalment manual i una connexió HDMI d'alta definició amb la qual es pot reproduir el vídeo i les imatges en qualsevol HDTV.

T'atorga la possibilitat d'afegir un micròfon addicional per obtenir un so de millor qualitat utilitzant la toma jack de 3,5mm estèreo.¹⁹

Per la gravació del making of i la càmera interna del maniquí s'utilitzarà la **GoPro Hero3**. Inclou la possibilitat de gravar en **1080p** a 60fps (a més de 720p a 120fps). Al tenir Wi-Fi Remote incorporat es pot tenir un control total i previsualitzar i reproduir el contingut des de l'aplicació GoPro²⁰.

COLOR DE LA IMATGE

No s'usarà el mode blanc i negre per a cap peça produïda ja que aquesta tot i que aporta un nivell de pobresa molt més extrema, no aconsegueix atorgar aquesta veracitat que es vol donar a la producció. S'usaran colors tènues i alts nivells de contrast.

TIPUS D'ANGULACIÓ

S'usarà una barreja entre el **pla dorsal, de perfil i frontal**. El pla dorsal serà molt present en les escenes on hi hagi el maniquí ja que aquest pla semisubjectiu inclou a l'espectador en l'escena. El que ho està visualitzant té el poder de veure el que altres integrants de l'escena no podran veure.

El de perfil tindrà un paper important en les escenes de les entrevistes dels individus. Així es podrà tenir una major expressió del protagonista.

El pla frontal o neutre s'usarà en la resta d'escenes tant del documental, com del making of.

RITME

En les escenes de **indigència el ritme serà molt més estàtic**. Es vol aconseguir transmetre a través del moviment de càmera aquest estat d'impotència i d'invisibilitat que la pobresa té. Pel que fa referència als indigents es contrarestarà

¹⁹ CANON. [en línia] www.canon.es [Consulta: 15-04-2014]

²⁰ GO PRO. [en línia] <http://es.gopro.com/> [Consulta: 15-04-2014]

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

amb les imatges on apareguin **els vianants**, els quals tenen un **ritme de vida molt més elevat**.

On hi haurà un major canvi serà en les seqüències on apareguin els dos personatges: indigents i vianants. El **contrast elevat** tindrà un pes mol important en el desenvolupament del documental.

Per aconseguir més sensació d'estàtic es realitzaran les entrevistes en pla fixe, sense moviments de càmera. A més, d'aquesta forma es podrà atorgar més **veridicitat** al desenvolupament de la campanya.

4. PLANIFICACIÓ DE PRODUCCIÓ

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

4.1 EQUIP DE PRODUCCIÓ

PRODUCTORA: Wally's production

AGÈNCIA: Wally's agency

TÍTOL PROJECTE: "La ciutat dels invisibles"

CLIENT: Càritas Diocesana de Girona

Producer: Carmina Torrent

Productor (cap de producció): Carmina Torrent

Director/realitzador : Carmina torrent

Ajudant de realització: Adrià Bassa

Script: Marta Ferrer

Ajudant de producció: Marc Falgàs

Director de fotografia: Sergi Matés

Operadors de càmera: Carmina Torrent i Adrià Bassa

Ajudant de càmera: Marc Falgàs

Control de so: -

Control vtr: Carmina Torrent

Edició: Carmina Torrent

Grafismes: Marc Falgàs i Carmina Torrent

Actors: Cristina Torrent i Ninna Russell(caracterització maniquí), Gerard Barris.

4.2 PLA DE RODATGE

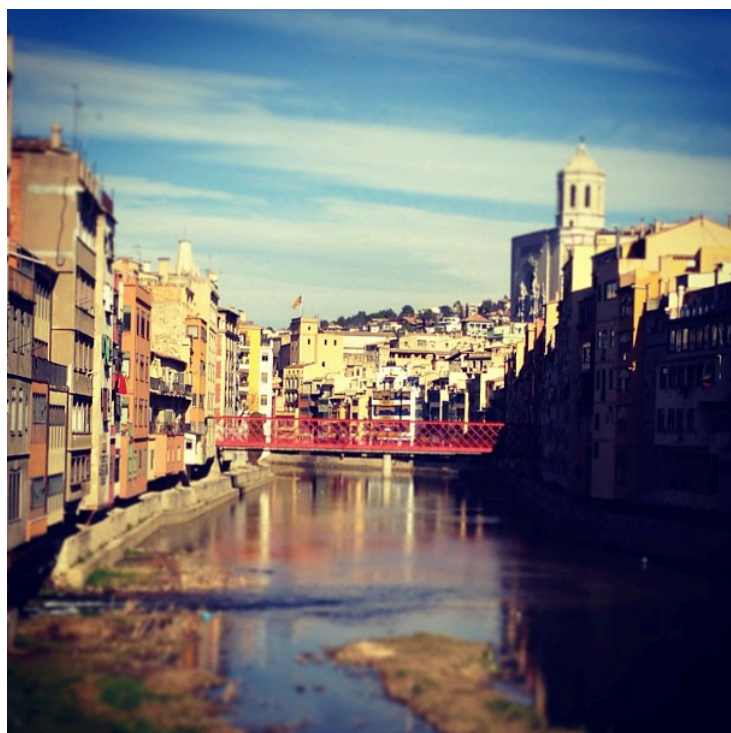
LOCALITZACIONS

El rodatge es realitzarà en dos localitzats: Girona i Torroella de Montgrí.

La ciutat de **Girona** té una gran importància en la producció ja que és on hi recau els plans més importants. Allà es desenvoluparà tota la trama tant del documental com del teaser.

Els espais a destacar són:

- **LA CATEDRAL DE GIRONA:** (Catedral de Santa Maria). Un dels llocs més emblemàtics de la ciutat. Per accedir a la catedral s'han de pujar una escalinata de noranta escalons, distribuïda en tres trams. Aquests donen una perspectiva profunda de la catedral.
- **BARRI VELL:** cor de Girona. Conté el patrimoni artístic més rellevant de la ciutat.
- **RIU ONYAR:** Les cases penjants del riu Onyar aporten una imatge única i molt característica de Girona. Es pot travessar gràcies als diversos ponts presents en ell (el Pont de Pedra, el Pont de Ferro, el Pont de Gómez i el Pont de Sant Feliu).



Fotografia: Carmina Torrent

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

- **CALL JUEU:** és un dels nuclis medievals europeus millors conservats. Al nord de la ciutat, extramurs, es trobava el cementiri medieval jueu, en la muntanya de Montjuic. És un dels punts de major afluència turística.
- **PLAÇA INDEPENDÈNCIA:** és una de les places més conegudes i freqüentades de Girona. Dins la plaça s'ubiquen coneguts negocis d'oci -restaurants i bars-, cafè Royal, cinemes Albeniz, etc
- **MONTILIVI:** Zona universitària on actualment hi ha establerta la Universitat de Girona i el camp de futbol del Girona F.C.
- **CARRER SANTA CLARA:** uns dels carrers comercials de Girona que uneix l'afluència de la zona de botigues amb el barri vell. A l'altre costat del pont es troba la Rambla de la ciutat de Girona. És per aquest motiu que ha estat escollida el decorat per la escenificació del maniquí.

Torroella de Montgrí també és un dels espais on es gravarà el making of. Situat al Baix Empordà (provincia de Girona) té el privilegi de ser l'essència de la comarca, on el verd de la naturalesa i el blau del mar s'uneixen. És una zona molt rica en vegetació mediterrània i amb un característic paisatge empordanès.

DECORATS

Per a la realització del documental, i en conseqüència el teaser, el principal decorat establert és el **carrer i habitatges de Girona**. No es tracte d'un decorat fictici sinó d'on dia a dia s'ubiquen les diverses persones en situació de pobresa extrema de la ciutat de Girona.

En el cas de l'espai on estarà establert el maniquí, continua sent el propi carrer, per tant, no s'ha de crear cap muntatge especial.

En el cas del making of s'usarà com a **plató** per caracteritzar el maniquí una sala dins Estètica Theica. És una sala molt senzilla i minimalista.

VESTUARI

Per la caracterització del maniquí es necessita aquells elements que converteixin l'objecte en un indigent:

- Mocador al cap
- Camisa
- Jaqueta/Jersei

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014**CARMINA TORRENT**

- Pasma
- Pantalons vells
- Sabates trencades

ATTREZZO

Per la caracterització del maniquí es necessita:

- Cartons
- Barret per posar el terra
- Retolador
- Manta

En l'estudi d'Estètica Theica es necessita:

- Una taula
- Il·luminació

NECESSITATS TÈCNIQUES

- Càmera d600
- Go Pro
- Ventosa Go Pro
- Targeta de memòria SD
- Processador de vídeos: Final Cut
- Trípod
- Micròfon

TRANSPORTS

Es precisa de dos cotxes per poder transportar l'attrezzo i l'equip de producció. No cal que sigui un monovolum o furgoneta.

4.3 PLA DE TREBALL		DESCRIPCIÓ	EQUIP PRODUCCIÓ	LOCALITZACIÓ/ PROVEÏDOR	CALENDARI	PRESSUPOST
ACTORS						
PROTAGONISTES		POBRESA EXTREMA. Són els protagonistes del documental. Aporten el costat més realista i pròxim de la producció.	Productor, Ajudant de realització, Director de Fotografia, Operadors de càmera, ajudant de càmera.	Carrers de Girona. c/ del Roser c/ Ferreries velles	Marc-Abril-Maig 2014	Pobresa extrema: 0€ Maniquí: 110€ Equipo de Producció: 1250€
		MANIQUÍ. És el protagonista menys real però a la vegada important del documental. Amb ell es plasma la història de la indigència.		Procedència Maniquí: Gerard Barris (Pals).		
SECUNDARIS		CONSELLERA DE CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA i CIUTADANS GIRONA. Aporten punts de vista diferents de la indigència a Girona.	Productor, Ajudant de realització, Director de Fotografia, Operadors de càmera, ajudant de càmera.	Ciutat de Girona.	Marc-Abril-Maig 2014	

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

FIGURACIÓ	Multitud de gent. Formen part del carrer de Girona.	Productor, Ajudant de realització, Director de Fotografia, Operadors de càmera, ajudant de càmera.	Ciutat de Girona.	Marc-Abril-Maig 2014	
DECORAT	EXTERIOR: diversos carrers de la ciutat de Girona. INTERIOR: Plató establert en l'Estètica Theica Càritas Diocesana de Girona	Producter, Productor, Director, Director de Fotografia	EXTERIOR: Ciutat de Girona INTERIOR: Estètica Theica (Torroella de Montgrí) Càritas Diocesana de Girona	Elecció ciutat: Octubre 2013 Elecció decorat interior: Gener 2014	EXTERIOR: 0€ INTERIOR: 350€
ATREZZO	Decoració del carrer com si fos un espai establert per un indigent (manta, cartrons, barret).	Director, Director de d'Art	Material propi de Wally's Production + material comprat per la caracterització.	Elecció de atrezzo Gener 2014	40€
VESTUARI	Caracterització del maniquí per a la	Director, Director d'Art.	Material propi de Wally's	Elecció vestuari: Gener 2014	50€

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

	indigència.		Production + material comprat per la caracterització.		
MAQUILLATGE	INDIGENT: Natural Maniquí: Natural Ciutadans i Consellera: maquillatge propi	-	-	Dia del rodatge	-
ANIMALS	-	-	-	-	-
VEHICLES	-	-	-	-	-
EFFECTES ESPECIALS	-	-	-	-	-
ARMES	-	-	-	-	-
ALTRES	-	-	-	-	-
TRANSPORT	Es precisa de dos cotxes per poder transportar l'atrezzo i l'equip de producció. No cal que sigui un	Tot l'equip de producció(menys edició).	Empresa de lloguer de vehicles AVIS (Girona)	Dies de gravació	640€

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

	monovolum o furgoneta.				
SALA DE POST-PRODUCCIÓ	Sala d'edició	Equip d'edició	Barcelona	10-15/05/2014	280€ /dia
PERSONAL TÈCNIC	Personal de la producció				3000€
MATERIAL CàMERA	Trípode, càmera CANON, material manteniment càmera	Operadors de Càmara	Material propi de Wally's Production + llogat		150€
MATERIAL DE SO	Micròfons	Operadors de Càmera	Material llogat		40,50€
IL·LUMINACIÓ	Focus (2)	Director de Fotografia	Material llogat		30€

4.4 PRESSUPOST

1. Costos de pre-producció
2. Exploració de localització/gestos viatge:
 - a. Trasllat cap a la ciutat de Girona: 0,15€ per km.
 - b. Vehicle de carga i producció: AVIS Girona: 540€ (2 cotxes)
3. Costos d'alquilar estudi
 - a. No hi ha estudi establert, cost 350€.
4. Sets y costos de construcció de set: 0€.
5. Costos de permanència en localització: 30€/dia
6. Material tècnic:
 - a. Càmera Reflex Cànon d600: 650€
 - b. Sala de post-producció digital: 280€/dia.
 - c. Processador de vídeos Final Cut: 269,99€
 - d. Trípod: 110€
7. Pel·lícules, cintes de vídeo i àudio
 - a. Targeta de memòria SD: 60€
8. Costos de personal de producció: 3000€
9. Vestuari caracterització
 - a. Camiseta: 5€
 - b. Pantalons: 15€
 - c. Sabates: 12€
 - d. Jaqueta: 15€
10. Honorari de l'equip creatiu:
 - a. Productor: 2000€
 - b. Ajudant de producció: 1000€
 - c. Director de fotografia: 1200€
 - d. Càmera: 1200€
 - e. Maquillador: -
11. Equip artístic/talent
 - a. Protagonistes: donatiu indigència.
12. Segurs, permisos de gravació, contingències.
13. Publicitat i promoció.
14. Materials, subministres i despeses varies.

5. CONCLUSIONS

5.1 CONCLUSIONS

Aquest projecte ha estat realitzat gràcies a la col·laboració de Càritas Diocesana de Girona, que a diferència d'altres organitzacions ha obert les seves portes per poder portar a terme aquesta campanya de sensibilització sobre la pobresa.

El projecte inicial estava pensat per portar-se a terme al territori barceloní, però les organitzacions de la província no van ser el suficientment obertes a poder signar la campanya. Arrels Fundació va declinar el projecte per una suposada falta de dedicació de la seva part, al igual que va fer Càritas Barcelona.

No obstant, tot i les limitacions inicials, les facilitats que Càritas Diocesana de Girona ha donat no hauria estat possible en l'àmbit barceloní, ja que la proximitat ha atorgat un privilegi cap a la realització del documental.

Un cop establert el client i realitzat un briefing acotat a les possibilitats que Càritas Diocesana de Girona tenia, es va poder portar a terme la conceptualització de la campanya. En aquesta fase va néixer la idea del maniquí, un element que ha sigut clau gràcies a la seva caracterització com a indigent. En tot el procés de preparació es tenia el dubte si realment aquest seria prou verídici. Però en el moment que una persona del carrer es va acostar per preguntar si "l'indigent" requeria de serveis mèdics, tots els dubtes van quedar resols. Es va reflectir que aquesta invisibilitat que se li vol donar no es tant certa, ja que no tothom -per sort- els obvia de la mateixa manera. En la gravació, a més, es va poder plasmar com, tot i que la majoria no s'adonava que era un maniquí, sí que el miraven. Hi havia qui el mirava amb complicitat, i d'altres em menyspreu. Però en ambdós casos l'indigent no quedava desapercebut.

Si el que es pretén es la inclusió social i l'ajut per part dels ciutadans en estat de pobresa extrema s'ha de conèixer les seves necessitats, la seva motivació i concebre'ls com a éssers humans que han constituït un estil de vida diferent a la que abans tenien per culpa del context en el que actualment viuen. Amb molts pocs recursos -una càmera, un trípode i un micròfon- s'ha aconseguit una producció que tot i no ser professional -degut a la falta d'experiència en realització de documentals i a no disposar d'un equip de realització amb professionals del sector- plasma el món que actualment es concep i les desgràcies humanes presents en ella.

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Pel que fa referència a l'editatge, en un inici es va usar el Final Cut. La tasca es va complicar al llarg del documental que en només disposar d'un dispositiu portàtil la sobrecàrrega del Final Cut va comportar a una extrema lentitud del programa fins a arribar a l'extrem de no obrir-se. Per resoldre-ho es va exportar tot el material tractat fins les hores i es va processar a treballar amb l'Adobe Premiere.

El calor humà dels protagonistes del documental supera qualsevol desavantatge per falta de professionals i eines. Les seves històries fan que aquest documental sigui una peça humana i commovedora i sense ells aquest no hauria sigut ni una quarta part del que finalment s'ha convertit. La implicació, l'empatia i la sensibilitat han esdevingut les eines de més pes del documental.

Tot i que està basat en el territori gironí és més **transcendental** del just àmbit ja que el que es plasma a Girona també és present en moltíssimes ciutats catalanes, espanyoles, europees i mundials. La pobresa no és un problema íntegrament gironí sinó que, per desgràcia, mou a un alt nombre d'habitants arreu del món. Molts cops al fet de que no afecti directament a l'habitant o la família d'aquest fa que la problemàtica s'esdevingui un fet més aïllat del que realment és.

El risc de patir pobresa, a la província de Girona és d'un 20% pels habitants amb treball, i d'un 38% pels habitants sense una feina fixe. Dins d'aquest risc s'hi troba "algun veí del portal", "algun germà de l'amic", o potser fins i tot el "propi amic" o la "pròpia persona". Es requereix d'una acció social per convertir aquests suposats invisibles que formen part d'un subgrup de la societat, en propis integrants d'aquesta. I aquest fet no s'aconsegueix girant la cara, ans el contrari.

La realització d'una campanya de sensibilització social, ha permès la combinació del teòric i pràctic, per tant és una eina que facilita el futur per assolir les competències i habilitats que durant la carrera no s'han pogut experimentar íntegrament, ja que la majoria de projectes no s'han portat a terme. Aquest obre les portes a un món molt humà i commovedor amb el qual les vivències obtingudes esdevindran un canvi en els pensaments sobre aquest subgrup establert tant incomprès per la societat. Per sobre de tot són persones. Persones de carn i óssos, que viuen o sobreviuen com la resta d'humans. Persones amb famílies i amics, o que com a mínim algun dia n'havien tingut. Per molt que es faci creure que són invisibles, no ho són tant. La indiferència i la pena són dos reaccions molt contraposades però que en la majoria dels casos, per intentar fer veure que no existeix, s'ajunten. Però la pobresa existeix. I està molt a prop.

5.2 AGRAÏMENTS

Moltes gràcies a totes aquelles persones que durant el transcurs d'aquest any han fet possible que aquest treball s'hagi portat a terme. Un especial agraïment a **Marina Quintana**, per la seva empenta, les seves ganes de que em superés a mi mateixa i que el documental pogués arribar a la seva fi. Gràcies per totes les facilitats que m'ha donat tant com a consellera de Càritas Diocesana de Girona com a presidenta de Càritas Baix Ter. Càritas no podria ser la realitat que avui dia és si no existissin persones com la Marina, persones que despenen vitalitat i energia.

A **Adrià Bassa**, per la seva dedicació, constància i suport diari. Per estar el meu costat des del dia que es va concebre la idea fins a l'últim dia tant de rodatge com d'edició.

A **Marta Ferrer**, per tot l'ajut ofert en la realització del documental. Per ensenyar-me llocs màgics de la ciutat de Girona, i sobretot per el suport constant que m'ha donat.

A **Gabriel Martínez**, tutor i seguidor de tot aquest treball. Gràcies per tot l'esforç tant en la concepció de la idea, com en l'empeny a que pogués portar a terme la campanya.

I no menys importants, **Carme Crosa** per ser un exemple de dona a seguir, **Xavier Russell**, **Anna Elizalde** pels consells periodístics, **Gerard Barris** per deixar-me la Rita (maniquí), **Cristina Torrent** i **Ninna Russell** per la magnífica caracterització realitzada, **Elena Calota** per haver-me obert el seu cor i les finestres al seu passat, **Emmanuel** i **Jaume** per la seva tant humana història, a **Paula Higueldo** i la seva gran tasca a Càritas Diocesana de Girona, **Jordi Bassa** per prestar-me la seva veu, i a tots aquells que han aportat el seu granet de sorra durant aquest fantàstic projecte.

6. BIBLIOGRAFIA

6.1 BIBLIOGRAFIA

- BTV. *Entrevista a Miquel Fuster* [en línia] <http://www.btv.cat/alcanta/terricoles/28228/> [Consulta: 13-11-2013]
- CANON. [en línia] www.canon.es [Consulta: 15-04-2014]
- CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA. [en línia]: <http://www.gironasoft.net/caritas/> [Consulta: 20-01-2014]
- CÀRITAS. Campaña Institucional 2013-2014 [en línia] <http://www.gironasoft.net/caritas/biblioteca/items/2101/GUIA%20DE%20CAMPANYA%20-%20CONSTRUINT%20ESPAIS%20DESPERANSA.pdf> [Consulta: 20-01-2014]
- CATARINA. *El documental como genero. Subgéneros y formatos*. [en línia] http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo6.pdf [Consulta: 16-04-2014]
- CROMOLOGIA. *Usos de vimeo*. [en línia] <http://www.comologia.com/porque-usar-vimeo/> [Consulta: 18-04-2014]
- DEFINICIÓN ABC. *Definición de Teaser*. [en línia] <http://www.definicionabc.com/comunicacion/teaser.php> [Consulta: 16-03-2014]
- EL PAÍS. *La tasa de pobreza en Cataluña supera en ocho puntos la media europea*. [en línia] http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/10/10/catalunya/1349866090_351512.html [Consulta: 20-02-2014]
- EL PAÍS. *Muchas caras para el altruismo*. [en línia]. http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/03/24/actualidad/1332610832_611443.html [Consulta: 07-03-2014]. Extracto del Eurobarómetro Especial Pobreza y Exclusión Social, 2009 (321/ EB72.1)

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

- ENRIQUE RICHARD. *Blog personal* [en línia] www.enriquerichard.es [Consulta: 13-11-2013]
- ESCUDERO, Nel. *Cómo se hace un documental*. Madrid: Instituto Radio Televisión Española, DL 2011.
- EUROPEAN SOUTHEM OBSERVATORY. *Formatos de video*. [en línia] <http://www.eso.org/public/chile/videoformats/> [Consulta: 18-03-2014]
- FERNÁNDEZ, Miguel., [et al.] *El documental en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC, 2013.
- GO PRO. [en línia] <http://es.gopro.com/> [Consulta: 15-04-2014]
- GÓMEZ, Manuel. *Quiero hacer un documental*. Madrid: Rialp, D.L. 2008.
- IDESCAT I ERMB. *Enquesta de condicions de vida i hàbits de la població*. [en línia] <http://www.idescat.cat/territ/BasicTerr?TC=6&V0=5&V1=17&MN=1&V3=6868&PARENT=25&CTX=B#FROM> [Consulta: 20-02-2014]
- MARZAL, Xavier., GIL, Longi. *Eines per la producció de vídeo documental*. Benicarló: Onada, 2008.
- Memòria anual 2012. Girona: Càritas Diocesana de Girona, 2013.
- MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD. Informe 2012 [en línia]. <https://www.msssi.gob.es/> [Consulta: 07-03-2014]
- MIQUEL FUSTER. *Blog personal* [en línia] www.miquelfuster.com [Consulta: 13-11-2013]
- RED CREACION. *La sensibilización hacia el habitante de calle, brigadas y comunidad desde la lúdica como estrategia de un proceso de inclusión social*. [en línia]

CAMPANYA CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

<http://www.redcreacion.org/documentos/congreso8/comfenalco.html>

[Consulta: 14-02-2014]

- SELLÉS, Magdalena. *El documental*. Barcelona: UOC, 2008.
- VIDEO EDICION. *Iniciación al HD (alta definición) y a la autoría Blu-Ray*. [en línea] <http://www.videoedicion.org/documentacion/article/iniciacion-a-la-hd-alta-definicion-y-a-la-autoria-blu-ray> [Consulta: 18-03-2014]

PROJECTE TREBALL FI DE GRAU
ANNEX

“CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ SOBRE LA POBRESA A GIRONA”



La ciutat dels invisibles

AGÈNCIA: WALLY'S AGENCY
CLIENT: CÀRITAS DIOCESANA DE GIRONA
REALITZAT PER: CARMINA TORRENT CROSA
TUTORITZAT PER: GABRIEL MARTÍNEZ SURINYAC
ANY: 2013-2014

SUMARI

1. L'AGÈNCIA	3
2. PACHI TAMER- CONFERÈNCIA TED	5
3. MEMÒRIA CÀRITAS GIRONA 2012	11

L'AGÈNCIA



Wally's Agency és una agència de publicitat creada a finals del 2013. És una agència jove però amb experiència en l'àmbit publicitari. A Wally Agency no parlen de crisi sinó de noves oportunitats de reinventar-se, seguir endavant i sobretot gaudir del camí.

Està àmpliament connectada amb el món actual, les noves tendències cap al 2.0 i sobretot amb les Xarxes Socials. És una agència compromesa amb els seus clients que indaguen, pregunten, escolten i proporcionen les respostes més creatives i perfectes per a cada tipologia de campanya.

L'objectiu de Wally's Agency és la de proporcionar al client una aproximació màxima al seu consumidor, aconseguint trobar el "Wally" o target (grup objectiu) que tot client està buscant. El món actual està ple de noves oportunitats per anunciar-se, per això l'agència té la ment oberta i una extensa experimentació per sorprendre al client.

CONFERÈNCIA TED

PACHI TAMER – CONFERÈNCIA TED

EXTRACTES DE LA CONFERENCIA TED X ROSARIO 2013
REALITZAR PER CARMINA TORRENT (AUTORA PROJECTE).

Me compré zapatos nuevos, y se los quería enseñar a todos. Se los compré a este señor. Este señor se llama Catalino y vive acá en la estación Cabo Norte, hace ya 20 años. Y se los compré para la charla, porque para mi es una ocasión muy especial y quería estrenar zapatos.

Estudié publicidad cuando estaba en Buenos Aires. Y nos dieron un ejercicio que era salir a la calle y cambiar algo para ver como reaccionaba la gente.

Lo que hice es salir a la calle vestido de indigente, me fui al obelisco donde los autos paraban en el semáforo y en lugar de pedirles dinero yo le daba un peso. Que comprobé con eso, comprobé los prejuicios que tiene la gente. Cuando me acercaba al auto la gente subía las ventanillas, giraba la cabeza hacia delante, pretendiendo que ahí no había nadie, que no había ninguna persona. Y realmente creaban una situación incomoda para uno.

El ejercicio fue un éxito y así conseguí trabajo.

En 2001, me escapé y me fui a Londres con 1000 dólares, una visa de turismo y sin saber hablar inglés. Sobreviví un año, trabajé lavando platos, armando andamios y instalando equipos de aire acondicionado. Volví de Londres deportado por trabajar el doble de las horas permitidas pero la experiencia fue la mejor de mi vida. Volví a trabajar en Publicidad. Me dieron un trabajo en Nueva York, una experiencia muy distinta al año anterior en Londres.

Me puse de novio, y nos fuimos a vivir juntos. Al mes de tener una casa, me llamaron que me ofrecían trabajo, tanto a mi como a mi novia. Y me mudé para poder trabajar allí. A los pocos días me enteré que mi novia estaba embarazada, nos casamos embarazados pero muy contentos.

En el 2009 nació Elena, el amor de mi vida. Cuando Elena tenía un año y medio recibí una llamada de mi hermano que me decía que mis padre habían tenido un accidente de tráfico muy grave, pero que no sabía nada más. Cogí un avión y cuando llegué me encontré con mi papá en coma y mi madre con todos los huesos quebrados. Mi padre estuvo 10 meses en coma, hasta que falleció y mi madre estuvo 6 meses en cama con 6 operaciones.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Regresé a trabajar, y los 5 meses que mi padre se muriera, tuve una discusión con mi mujer y salí de casa dando un portazo. Al día siguiente recibí una demanda de divorcio, y me quedé en la calle. Perdí a mi hija, mi casa. Y con mis padres con esa situación en Argentina me quedé completamente solo y me fui un con amigo a dormir en un sofá. En ese momento yo usaba Instagram, una aplicación de fotos, como cualquier otro haciendo fotos a un pajarito, a una flor, a lo que se me cruzase. Y un día me encontré con este señor (indigente). Le pedí sacar una foto, le di un dólar y me quedé hablando con él y me contó su historia. Y de repente todos mis problemas se volvieron pequeñitos al lado de la historia de este señor. Me sirvió para valorar todas las cosas que tenía, que no eran pocas. Yo estaba saludable, mi hija estaba saludable. Tenía un sofá para dormir, que es un montón. Y a partir de allí me dediqué a hacer retratos a la gente de la calle. Encontré en ellos la familia que me faltaba. El apoyo que me faltaba. Sus historias me hacían valorar lo que tenía.

Empecé a ganar seguidores, y siempre ponía la foto de ellos y su nombre. Y si su historia era interesante la escribía. Hasta que un día me encontré a este señor. Estuvimos hablando, le saqué la foto, le di un dólar. Y antes de irme me dijo: “¿sabes lo que me gustaría hacer antes de morirme? Oktoberfest”. Me contó que era descendiente de Alemania, que siempre había querido ir a Alemania. Nos reímos los dos y me fui al trabajo. Y de camino al trabajo –yo en ese momento tenía como 5000 seguidores en Instagram- se me ocurrió la idea de que si cada seguidor me dona un dólar yo me puedo llevar a este tipo a Alemania. Sin pensarlo mucho puse la foto de él con el titular “quien quiere llevarse a este tipo a Oktoberfest”. Saqué una cuenta PayPal, hice un side llamado wonderofdreams. Y de repente una señora de Japón me mandó 100 dólares, y un tipo de Sudáfrica me mandó 5, y uno de estados unidos me mandó 2. Y me di cuenta que había una idea importante, que había una idea grande.

Mi padre fallece en ese momento y me voy a vivir en Colombia con un amigo unos días. En Colombia hice fotos. Mientras mi amigo trabajaba, iba a la calle y hacía fotos, y escuchaba historias y anotaba nombres. Y me di cuenta de la realidad tan diferente con la de Estados Unidos, como la de cualquier país de Latinoamérica. Me encontré con este chico, este chico me pidió dinero para comprar zapatillas. Y como sabía que se los gastaría con otra cosa fui con él y le compré las zapatillas. Seguí sacando fotos hasta que me encontré que así duerme la gente en Colombia. Esto es parte del paisaje, no existe, es parte del paisaje más.

Alex era adicto al Paco. Fue a comprar droga y cuando salió de comprar droga lo cortaron con una navaja y le robaron la droga, la guitarra, las zapatillas, todo.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Llevaba tres días en la calle, con los pies hinchados, no podía caminar. Y en la mano tenía un papel de un centro d rehabilitación y me contó que no aguantaba más y había ido a la policía para si podía llevarlo al centro, pero la policía no le había dado pelota. Entonces le pregunté si realmente quería rehabilitarse, me dijo que era lo que más quería, que no aguantaba más. Tomamos un taxi y lo llevé a un centro de rehabilitación, me convertí en su padrino y Alex estuvo en un centro por 10 meses hasta que salió y pudo encontrar trabajo.

Volví a Hostin y me mandaron de la agencia a filmar un comercial a México. Hice el comercial y después me quedé el fin de semana largo a la casa de un amigo y hice fotos en Méjico. La primera foto que saqué fue de este nene, este nene estaba pintado de payaso pidiendo en el semáforo y sus papás estaban en la esquina tomando vino y esperando que trabaje. Esto es Méjico, muchos niños en la calle.

Y seguí contando historias y contándolo todo en vivo a través de Instagram y ganando seguidores, y la gente dándome aliento lo que me hizo muy bien para mi historia nuevamente, para mi historia personal y también bien por el hecho de que siempre trabajé en publicidad, soy un apasionado de las ideas, me encantan las ideas y de resolver problemas pero no soy un apasionado de vender hechicitos. Entonces encontré en este proyecto algo que realmente me llenó la vida.

Tuve que ir a editar el comercial en los ángeles entonces tenía que editarlo des de un miércoles hasta un jueves, y me quedé el fin de semana en la calle. No tenia dinero y me quedé en la calle, me quedé en los Ángeles haciendo fotos en vivo. Saqué fotos en los Ángeles y luego llegué a Houston. A Houston había este hombre que estaba sin trabajo, era chef y lo llevé a un negocio y le compré todo el equipo de chef, un set de cuchillos y fui con él a diferentes restaurantes y les ofrecí publicidad a los diferentes restaurantes de mis redes sociales para ofrecerle trabajo y consiguió el trabajo en el primer sitio que fui.

Me invitaron a dar una conferencia en Uruguay y me fui 10 días antes, hice fotos allí, y para la conferencia de Uruguay lo que hice fue agarrar un chico de la calle, que es este, Sebastián. Y lo que hice es hice el revés de lo que hice hoy acá. Vestí a Sebastián de publicista y Sebastián estuvo en una habitación de hotel y ropa nueva mezclado dentro de la gente del festival. Y allí comprobé que por el aspecto de una persona también pasa al revés. Si está bien vestido poco importa si sois alcohólico, homeless, que la gente te va a aceptar.

Me fui a España, al lado de un amigo también, es buenísimo tener amigos por todo el mundo hice fotos en Madrid durante 10 días y una periodista mediante Instagram me ofreció hacerme una entrevista, después de la entrevista me ofreció su departamento en Barcelona, y me fui en Barcelona y me estuve 10 días allí haciendo fotos.

Después de España me invitaron en el Salvador, e hice lo mismo. Pero allí me puse en contacto con la madre de un asistente de la conferencia, y allí en la conferencia sin que la gente lo supiera disfrazamos a su mamá de homeless e hice fotos de su mamá vestida de homeless.

Entonces cuando estuve mostrando las fotos como estoy mostrando ahora de repente apareció la mamá de este chico, nadie sabía nada solo él. Pero para él ya no vio la gente indigente de la misma manera. Porque para él es alguien querido y la perspectiva cambia. Y es que estas personas son madres de alguien, hijos de alguien...todos.

Después regresé a Houston y tenía ganas de hacer un estudio más grande de los estados unidos. No tenía dinero, y agarré el auto y me fui con 1000 dólares, igual que hice en Londres, y agarré la ruta. Estuve dos meses y recorrí 2000 millas. Hice las vegas, los ángeles, san francisco, etc. Y regresé a Houston. La gente me abrió las puertas de sus casa, me dieron dinero, me dieron comida y mucho aliento. En San Francisco invité a un homeless a venir conmigo y viajamos juntos durante un mes. Y lo dejé en Kiwest. El viaje fue un éxito.

Por último les quiero hablar de la suerte, la importancia que tiene porque muchas veces discriminamos a la gente simplemente por la apariencia. Pero no tenemos en cuenta de que todo es suerte. Ustedes teneis mucha suerte de estar todos acá escuchando la charla y bien vestido. La suerte es una cosa fundamental no solo por lo que a una persona le toca sino las decisiones que uno toma, porque todo esto determina las decisiones que uno a partir de ahora va a decidir para tirar adelante. Por ejemplo este gorro que yo tengo es el resultado de un padre alcohólico y abusador. Este saco es mi hermano que me dio pegamento cuando yo tenía 7 años. Estos zapatos son el no haber ido a la escuela. Esta camisa que tengo puesta es lo que me pegaron en el barrio las amistades, las buenas amistades. Finalmente estos pantalones, estos pantalones son mi mamá que trabajaba de puta y no llegaba a casa hasta tarde.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Somos todos iguales, diferentes más diferentes menos, yo siempre intento estar agradecido por lo que tengo y no por lo que me falta.

Este calzón es haber nacido en el sanatorio británico con médicos de buena línea. Esta camiseta es el haber ido al colegio Maristas hace secundaria, planchada por mi mamá. Este pantalón es haberme equivocado de carrera tres veces y mis viejos me mancaron hasta encontrar lo que me gustaba. Y finalmente estos son mis zapatos, los que visto todos los días y que representan el esfuerzo de mi mamá que con 74 años sigue trabajando para que un puto divorcio no me deje en la calle. Estos son mis zapatos, y les agradezco a todos habérselos puesto hoy durante 18 minutos.

ENLLAÇ: <https://www.youtube.com/watch?v=13Dy45RHFlk>

MEMÒRIA CÀRITAS GIRONA 2012

INFORMACIÓ RELLEVANT DE LA MEMÒRIA CÀRITAS GIRONA 2012

Els punts de servei (49) es localitzen a La Jonquera, Llançà, Castelló d'Empúries, Roses, Figueres, Garrotxa, Banyoles, l'Escala, Torroella de Montgrí, Amer, Sant Gregori, Bescanó, La Celler de Ter, Bonmatí, Girona, Salt, Anglès, Pals, Begur, La Bisbal d'Empordà, Palafrugell, Palamós-Sant Joan, Sant Antoni de Calonge, Sant Feliu-Vall d'Aro, Fornells de la Selva, Cassà de la Selva, Vilobí d'Onyar, Santa Coloma Farners, Caldes de Malavella, Llagostera, Riudarenes, Sils, Arbúcies, Vidreres, Breda, Maçanet de la Selva, Hostalric, Tordera, Lloret de Mar, Blanes, Santa Susanna, Pineda de Mar, Arenys de Munt, Arenys de Mar, Calella, Sant Pol de Mar, Canet de Mar.

ACOLLIDA

ACOLLIDA, ACOMPANYAMENT I PROMOCIÓ DE LA PERSONA

Acollim les persones que s'adrecen a Càritas sol·licitant ajut. La nostra intervenció suposa un treball professionalitzat amb una diagnosi social de la situació i un pla de treball que ofereix escolta activa, orientació, assessorament i acompanyament en el procés d'inclusió social de la persona o família. Aquest treball es realitza a partir d'entrevistes de seguiment, treball psicosocial personalitzat o en grup i derivació, si és el cas, a altres programes de Càritas o recursos del territori.

Vetllem paral·lelament per fer efectius els drets de les persones i les seves famílies, amb una tasca de sensibilització i denúncia, tot garantint la cobertura de les necessitats més bàsiques i duent a terme un treball educatiu que promogui el creixement intern de la persona, l'autonomia i la corresponsabilitat per fer front a la situació de risc d'exclusió que presenten.

1.647 persones ateses. 11 tècnics/es i 12 voluntaris/es. Banyoles, Baix Ter, Figueres, Garrotxa, Girona, Lloret de Mar, Salt, Sant Feliu de Guíxols, Roses.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

PUNT D'ACOLLIDA

Acollim les persones que s'adrecen a Càritas sol·licitant ajut. La nostra intervenció pretén acompanyar, orientar i informar les persones i famílies, tot oferint una escolta i acollida de qualitat i la derivació al recurs adient.

5.678 persones ateses. 61 voluntaris/es. Anglès, Arbúcies, Arenys de Mar, Breda, La Celler de Ter, Hostalric, L'Escala, Malgrat de Mar, Pals, Sta. Coloma de Farners, Sta. Cristina d'Aro, Sta. Maria de Palamós, Sta. Maria de Pineda de Mar, Sant Esteve de Tordera, Sant Joan de Palamós, Sant Joan Poblenou (Pineda de Mar), Sant Pol de Mar, Sils, Vidreres.

GRUPS D'AUTOESTIMA I CREIXEMENT PERSONAL

Són grups d'ajuda mútua i treball socioterapèutic, vinculats al Programa d'Acollida, per a promoure l'autoestima, la gestió de les emocions i la integració social. Van adreçats a persones que, trobant-se en situació de fragilitat social i personal, necessiten potenciar la confiança en elles mateixes i interioritzar que tenen el dret de poder optar a una vida més digna i plena.

21 persones ateses. 3 tècnics/es i 3 voluntaris/es. Girona, Lloret, Roses.

SERVEI D'AJUDA ECONÒMICA (SAE)

És un recurs per afavorir la promoció personal i l'autonomia de les persones ateses, a través d'ajudes puntuals i de caire excepcional, per a cobrir necessitats bàsiques de formació, habitatge, inserció laboral i salut. És un complement puntual i subsidiari als ajuts públics. Requereix la implicació econòmica dels serveis socials i, en la mesura del possible, dels mateixos interessats.

78 persones ateses pel SAE. Import ajudes SAE: 6.866,82€ Import altres ajudes econòmiques bàsiques realitzades per les Càritas: 262 milers d'euros Diòcesi de Girona.

SERVEI DE ROBER

Reciclem la roba de segona mà i proporcionem roba a persones amb dificultats econòmiques gràcies a donacions desinteressades. En algunes zones aquest recurs s'obre a la població oferint roba a canvi d'un donatiu simbòlic, fomentant així la cultura de la reutilització, el reciclatge i el consum responsable. Algunes Càritas ofereixen també parament de la llar i mobles. Es manté col·laboració amb

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

l'empresa d'inserció ADAD l'Encant, membre de la Cooperativa Roba Amiga, amb l'objectiu de millorar la recollida i aprofitament de la roba usada.

352 voluntaris/es.

Diòcesi de Girona

ALTRES PROJECTES

Menjador, dutxa i bugaderia social a Palamós (SABI)

Servei gestionat per Càritas Santa Eugènia de Sant Joan de Palamós i Creu Roja Palamós, amb el suport de l'Ajuntament de Palamós. Ofereix dutxa, bugaderia i menjar calent, tres dies per setmana. S'han realitzat 355 serveis. Hi han col·laborat 7 voluntaris.

Menjador social de Càritas a Poblenou (Pineda de Mar)

Menjador social gestionat per les Càritas de Pineda-Poblenou (Sant Joan), Pineda (Santa Maria) i Calella. Enguany han ofert 10.673 àpats amb la col·laboració de 129 voluntaris/es. Es du a terme amb el suport d'apadrinaments i donatius.

Préstec de material ortopèdic

Cessió en préstec de llits per a malalts, cadires de rodes, caminadors... i altres materials a famílies que ho necessiten. Servei ofert per les Càritas d'Amer, Banyoles, La Cellera de Ter i Anglès. S'han atès 157 sol·licituds. Hi han col·laborat 3 voluntaris.

Dutxes per a persones sense llar

Dutxa i roba neta per a persones sense llar o que no tenen possibilitat de neteja personal. Servei ofert per les Càritas de l'Escala i Baix Ter. S'han atès 20 persones. Hi han col·laborat 3 voluntaris i un tècnic.

Tallers d'Autoajuda i Benestar a Sant Joan de Palamós

Espai per compartir amistat i fer créixer l'autoestima, tot aprenent noves habilitats, sobretot en labors i manualitats. Adreçats a voluntaris i persones ateses per Càritas, especialment a persones que, per problemes principalment de salut, estan en situació d'exclusió social, aïllament, etc. Hi han participat 30 persones amb la col·laboració d'un tècnic i dos voluntaris.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Atenció psicològica, "Deixa't Ajudar", a Figueres

Atenció a les persones que des del servei d'acollida de Càritas Figueres es detecta que necessiten suport psicològic. Persones ateses, 58. També s'han atès 53 persones a nivell psicològic a través d'un projecte en col·laboració amb l'Ajuntament de Figueres, amb la participació de 2 tècnics.

Atenció i assessorament jurídic a Lloret de Mar.

Consisteix a donar assessorament i orientació jurídica sobre matèries de dret civil, penal, laboral i administratiu. Es realitza a partir de la informació (oral o documental) facilitada pel sol·licitant. Ajuda-orientació per a la redacció de documents privats, en els quals no es necessària la intervenció del lletrat. S'han atès 15 persones amb el suport d'una voluntària.

ALIMENTS

ATENCIÓ A LES NECESSITATS BÀSIQUES D'ALIMENTACIÓ DES DE LA PROMOCIÓ DE LA PERSONA

SERVEI D'ALIMENTS

Ajudem a cobrir necessitats puntuals i molt concretes d'alimentació i higiene. Entenem aquestes ajudes com un recurs de caràcter temporal i que forma part d'un pla de treball més ampli amb la persona o família. Els aliments provenen de donacions particulars, donacions d'empreses i de la Fundació Banc dels Aliments. Càritas complementa aquestes donacions amb la compra dels productes bàsics necessaris i, en algunes poblacions, amb el suport de l'administració local.

4.675 nuclis familiars atesos.

247 voluntaris/es i 3 tècnics/es. 550.957 Kg aliments distribuïts procedents de donacions. Valor econòmic: 826 milers d'euros

105.000 kg aliments distribuïts procedents de compra. Valor econòmic: 158 milers d'euros

CENTRE DE DISTRIBUCIÓ D'ALIMENTS (CDA)

És un projecte fruit d'un conveni marc entre Generalitat de Catalunya, Diputació de Girona, Fundació Banc d'Aliments, Obra Social "la Caixa" i Càritas Diocesana.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Als diferents municipis el CDA funciona com a projecte de partenariat amb els ens locals (Ajuntament de Girona, Ajuntament de Salt- Consorci Gironès Salt, Ajuntament de Figueres- Consell Comarcal de l'Alt Empordà, Ajuntament de Lloret, Ajuntament de Palamós i Consorci de la Garrotxa) i altres entitats socials dels municipis on es du a terme el CDA, com Creu Roja a Girona i Figueres. Comparta també amb el suport de Dipsalut. La suma d'esforços i el compromís de treball conjunt d'administracions públiques, entitats privades, món empresarial i persones a títol individual (persones voluntàries, persones que col·laboren amb les diferents campanyes de captació d'aliments, persones que realitzen aportacions econòmiques al projecte...) permeten que el CDA esdevingui una resposta col·lectiva al servei de les persones en situació de pobresa econòmica.

És una nova manera de facilitar els aliments bàsics a les persones i famílies que tenen dificultats econòmiques per cobrir adequadament les seves necessitats d'alimentació. Introdueix la corresponsabilitat dels beneficiaris, la possibilitat de confeccionar la pròpia cistella, la creació de llocs de treball en inserció i la realització de tallers de formació en temes de foment de l'autonomia de les persones (estratègies per a l'estalvi, cuina econòmica i saludable, habilitats personals per fer front a la crisi econòmica, reparacions de la llar...).

Durant 2012 el projecte s'ha desenvolupat a Figueres, Girona, Lloret de Mar, Olot, Palamós i Salt. Durant l'any 2013 està previst inaugurar els Centres de Distribució d'Aliments de Banyoles, Palafrugell, Roses i Torroella de Montgrí.

6.107 nuclis familiars atesos. 19.528 persones beneficiàries. 60.023 cistelles repartides. 123 voluntaris/es, 3 tècnics/es i 9 persones amb contracte d'inserció. 50 formacions realitzades. Distribució d'aliments en espècie per valor de 1.241 milers d'euros

Import econòmic destinat a la compra d'aliments: 269 milers d'euros

HABITATGE

INFORMACIÓ, SUPORT I HABITATGE TEMPORAL

PISOS D'ACOLLIMENT TEMPORAL PER A LA INCLUSIÓ (PATI)

Oferim habitatge temporal a dones en situació de precarietat socioeconòmica extrema, i els facilitem suport per a reorientar la seva situació i potenciar la seva autonomia. Durant un temps, que oscil·la entre sis mesos i un any, les dones

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

poden viure en un pis compartit, amb un lloguer mínim, i el suport de Càritas per a cobrir les necessitats bàsiques i tenir l'acompanyament professional i humà necessari per a la seva reinserció social i laboral. Durant el temps d'estada es potencia la formació, especialment en el coneixement i domini de l'idioma en el cas de dones nouvingudes, en habilitats sociolaborals i en formació ocupacional que els pugui facilitar la seva inserció en el món del treball.

31 adults i 27 menors atesos. Procedència: Brasil, Catalunya, Gàmbia, Guinea, Hondures, Marroc, Mauritània, Nigèria i Senegal. 3 tècnics/es i 10 voluntaris/es. Pisos d'acollida: 2 pisos a Girona i 1 a Salt.

Pisos d'inserció: 2 pisos a Girona i 1 a Salt.

ÀREA DE RESPONSABILITAT SOCIAL

ÀREA DE TERRITORI

S'acompanya les Càritas de la diòcesi i se'ls ofereix assessorament i suport per al desenvolupament de la seva activitat i l'assoliment dels objectius de la institució.

50 Càritas a la diòcesi de Girona 16 persones entre coordinadors i tècnics amb dedicació parcial d'acompanyament i suport al territori.

ÀREA DE PERSONES

Voluntariat

Té com a principal objectiu promoure i donar suport a la participació voluntària, facilitant a les persones sensibilitzades per la realitat social un canal útil d'intervenció i també les eines i el suport necessari per a un bon desenvolupament de la seva tasca.

1.642 voluntaris/es a la diòcesi de Girona 373 nous voluntaris incorporats

Formació

Oferim formació als voluntaris i tècnics de l'entitat, a través de l'acompanyament i l'organització de les accions formatives necessàries, amb l'objectiu d'afavorir un procés continu d'aprenentatge i reflexió que ens ajudarà a revisar i millorar la nostra acció i, per tant, el servei que duem a terme, amb l'objectiu de poder donar una millor resposta a les situacions més vulnerables. Algunes d'aquestes formacions s'obren, també, a la participació externa.

CAMPANYA CÀRITAS GIRONA 2014

CARMINA TORRENT

Més de 75 accions formatives realitzades Participació de més de 1.000 persones

Tècnics

Té com principal objectiu garantir unes adequades condicions de treball i una formació continuada a totes les persones contractades.

74 persones contractades que equival a 57 jornades complertes.